

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова

# ГРАНИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Материалы I Всероссийской научно-практической конференции  
(с международным участием)

УДК 338.46:338.48(063)

ББК 65.43

Г77

*Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирясова*

**Председатель редакционной коллегии:**

**А. В. Тимирясова**, ректор Казанского инновационного университета  
имени В. Г. Тимирясова;

**Зам. председателя редакционной коллегии:**

**И. И. Бикеев**, первый проректор, проректор по научной работе,  
д-р юридических наук, профессор Казанского инновационного университета  
имени В. Г. Тимирясова

**Ответственные редакторы:**

**Е. Л. Матвеева**, декан факультета гостеприимства и дизайна,  
доктор биологических наук, профессор Казанского инновационного университета  
имени В. Г. Тимирясова;

**А. Ш. Муллаянов**, зам. декана факультета гостеприимства и дизайна  
по научной работе; кандидат исторических наук, доцент  
Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирясова;

**И. А. Фахрутдинова**, зав. кафедрой дизайна, кандидат архитектуры, доцент  
Казанского инновационного университета  
имени В. Г. Тимирясова;

**И. С. Кабиров**, зав. кафедрой гостиничного и туристического бизнеса, кандидат  
экономических наук, доцент Казанского инновационного университета  
имени В. Г. Тимирясова

**Г77 Грани гостеприимства** : материалы I Всероссийской научно-практической  
конференции (с международным участием). – Казань : Изд-во «Познание»  
Казанского инновационного университета, 2023. – 331 с.

**ISBN 978-5-8399-0802-4**

Сборник составлен по материалам I Всероссийской научно-практической кон-  
ференции (с международным участием). Его материалы отражают широкий круг ак-  
туальных проблем индустрии гостеприимства и посвящены рассмотрению актуаль-  
ных вопросов туризма, устойчивого развития территорий; архитектуры, дизайна и ху-  
дожественного творчества как инструментов гостеприимства. В материалах конфе-  
ренции рассмотрен также вопрос инноваций в индустрии питания, а также социогу-  
манитарные аспекты индустрии гостеприимства.

Адресован научно-педагогическим работникам, преподавателям высших учеб-  
ных заведений, докторантам, аспирантам, студентам.

УДК 338.46:338.48(063)

ББК 65.43

ISBN 978-5-8399-0802-4

© Авторы статей, 2023

© Казанский инновационный университет  
им. В. Г. Тимирясова», 2023

# Раздел I

## ТУРИЗМ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ

УДК 339.138:351/354(470.41-25)

Гузелия Азатовна Абулханова,  
к. э. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### УПРАВЛЕНИЕ ПРОДВИЖЕНИЕМ ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ГОРОД КАЗАНЬ»

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются вопросы разработки эффективной маркетинговой стратегии территории. Исследуется понятие «маркетинговая стратегия территории», приводится его группировка по трем основаниям. Предметом анализа выступает продвижение территории муниципального образования «город Казань» при помощи спортивно-событийного маркетинга. Сделан вывод о необходимости организации системной целевой информационной поддержкой бренда «Казань – спортивная столица».

**Ключевые слова:** маркетинговая стратегия, территория, муниципальное образование, спортивно-событийный маркетинг, бренд

В настоящее время, когда города и регионы активно конкурируют друг с другом за частные и государственные инвестиции, а также за внимание туристов, важна репутация города и идея, которую он может транслировать миру. Так, появляется необходимость в создании бренда города, оформлении его репрезентаций. Образ города и транслируемая идея оказывают влияние на рост инвестиционной привлекательности региона, увеличение туристического потока и, как следствие, повышение экономической стабильности города. Отметим, что под маркетинговой стратегией территории в работе понимается план развития территории.

Для того чтобы исследовать специфику разработки информационного обеспечения реализации стратегии муниципального образования, необходимо определить основные понятия исследования, а именно: «стратегия», «маркетинговая стратегия», «маркетинговая стратегия муниципального образования». Так, основой для трактовки понятия «маркетинговая стратегия» является категория «стратегия».

Маркетинговая стратегия как центральное понятие данной работы является важным для проведения теоретического анализа. Отметим, что маркетинговая стратегия изучается по отношению к территории, под которой может пониматься как государство, так и регион, и муниципальное образование.

Тем не менее все данные маркетинговые стратегии территории взаимосвязаны. Поэтому исследуем сначала общее понятие «маркетинговая стратегия территории (страны, региона, муниципального образования)», потому как территориальная привязка отражается не на самом процессе разработки маркетинговой стратегии, а на управленческом аспекте ее реализации.

Далее подчеркнем данный аспект маркетинговой стратегии территории. Итак, все существующие трактовки понятия «маркетинговая стратегия территории (страны, региона, муниципального образования)» можно условно сгруппировать следующим образом:

- 1) маркетинговая стратегия территории как искусство управления развитием территории;
- 2) маркетинговая стратегия как продвижение отдельных отраслей как на территории, так и вне ее;
- 3) маркетинговая стратегия территории как план развития территории.

Мы разделяем точку зрения известного специалиста в области маркетинга территорий А.П. Панкрухина. Ученый сосредотачивает свое внимание на конкурентных особенностях территории при организации мероприятий маркетинговой стратегии и выделяет следующие стратегии:

- 1) маркетинг имиджа;
- 2) маркетинг достопримечательностей;
- 3) маркетинг инфраструктуры.

Стратегия позволяет, сопоставляя желания и возможности, выбирать приоритеты и область концентрации усилий, сравнивать текущее развитие с прогнозом и правильно реагировать на изменения во внутренней и внешней среде муниципальных образований, продвигать с помощью маркетинговых инструментов конкурентные преимущества территории [2, с. 47].

Итак, маркетинговая стратегия территории тесно связана с общей стратегией государства, с другими частными (функциональными) стратегиями.

Ожидаемым эффектом внедрения в развитие территории маркетинговых механизмов должно стать ускорение социально-экономического развития территории и повышение ее инвестиционной привлекательности, создание необходимых конкурентных преимуществ и фундамента для развития территории.

Особым направлением в развитии маркетинга территорий становится событие, которое используется для продвижения региона и страны, так называемая ивент (событийная) индустрия.

Во всем мире на сегодняшний день ивент индустрия выступает мощным коммуникационным инструментом. Правильное использование этого инструмента стимулирует приток инвестиций, развивает деловой климат, формирует гордость жителей за свой город и страну, и в целом стимулирует социально-экономическое, интеллектуальное и культурное развитие территории.

Конкурентная борьба территорий как на рынке событий, так и на смежном рынке – туристическом – растет с каждым годом. Города и страны разрабатывают и выстраивают комплексные коммуникационные стратегии, борются за право проведения крупных международных событий; реализуют интересные событийные проекты, привлекая к себе как можно больше туристов. Специальные события в свою очередь стараются объединить в себе интересы и территории, и локального бизнеса, и профессиональных сообществ, и самих жителей. Особое значение в событийной форме продвижении территории имеет спортивно-событийный маркетинг.

В своем исследовании мы рассмотрели МО г. Казань. Основные спортивные события, имеющие мировое значение и анонсирование, выступают способом продвижения территории муниципального образования. Так, Казань стала инициатором проведения следующих мировых спортивных событий:

1. Универсиада 2013 года.
2. Чемпионат мира по водным видам спорта в 2015 г.
3. Чемпионат мира по самолетному спорту в дисциплине «Авиагонки – формула-1» (Red Bull Air Race).
4. Чемпионат мира по футболу FIFA-2018.

Дадим представление о данных спортивных событиях как о способе продвижения территории МО г. Казани.

1. Универсиада 2013 года Всемирные Универсиады – вторые по значимости и масштабу международные спортивные соревнования после Олимпийских игр. Их организатором является Международная федерация студенческого спорта. Проведение Универсиады – это ключ к дальнейшему развитию города, региона и России. Универсиада 2013 года в Казани стало событием, во многом способствующем популяризации здорового образа жизни и занятий спортом, а также популяризации данного туристического направления.

2. Чемпионат мира по водным видам спорта в 2015 г. 16-й чемпионат мира ФИНА по водным видам спорта 2015 года прошел в Казани с 24 июля по 9 августа 2015 года. Впервые

в истории чемпионата в качестве принимающей стороны выступил российский город. Решение о проведении Чемпионата в Казани было принято 15 июля 2011 года на заседании бюро FINA в г. Шанхае (Китай) [14].

Соревнования прошли по шести видам спорта: плавание, прыжки в воду, плавание на открытой воде, синхронное плавание, водное поло, хайдайвинг. Впервые в Казани в программу чемпионата включены новые дисциплины – смешанные дуэты в прыжках в воду и в синхронном плавании. Всего разыграно 75 комплектов медалей. Для проведения соревнований задействовано четыре спортивных объекта: стадион «Казань Арена», Дворец водных видов спорта, Арена для водного поло, «Казанка». Крытый плавательный бассейн «Буревестник», плавательный бассейн «Олимп», крытый плавательный бассейн «Оргсинтез», крытый плавательный бассейн «Акчарлак» задействованы в качестве тренировочных объектов Чемпионата. Основная культурная площадка Чемпионата – Парк ФИНА, который расположен около стадиона «Казань Арена». В Парке были представлены маркетинговые активности от партнеров и специальная культурная программа.

Логотип Чемпионата – стилизованное изображение города Казани, расположенного на реках Волга и Казанка. Шесть силуэтов внутри логотипа – шесть видов спорта, представленных на Чемпионате.

Талисманами Чемпионата выбраны два снежных барса Итиль (мальчик) и Алсу (девочка). Слоган Чемпионата – фраза «Water of Life» – трактуется в двух значениях: «Живая вода» или «Вода жизни».

Таким образом, Казань, становится действительно признанным спортивным центром страны. Ее основной бренд – «Казань – спортивная столица».

Город Казань завоевал бренд «Казань – спортивная столица» благодаря действиям органов власти (муниципальных при содействии региональных и федеральных органов власти) в организации мировых спортивных событий. В настоящее время встает необходимость развития данного бренда.

Для поддержания бренда города «Казань – спортивная столица» необходимо заниматься целевой информационной поддержкой данного бренда. В этой связи нашей рекомендацией станет формирование в Комитете физической культуры и спорта Казани специального отдела информационной поддержки бренда. В обязанности отдела необходимо вменить формирование информационных поводов для дальнейшего развития спортивного бренда города. Например, можно время от времени приглашать в г. Казань звезд спортивной индустрии и устраивать встречи с его фанатами на территории Казани. Также можно активировать взаимоотношения с блогерами в сфере продвижения в социальных сетях Казани как спортивной столицы. Так, в настоящее время, например, отсутствуют целевые группы по продвижению города в социальных сетях. Например, в социальной сети «ВКонтакте» поиск подобных групп не дал результатов.

Таким образом, маркетинговая стратегия территории становится важнейшим звеном в системе управления, обеспечивающего устойчивый рост, социально-экономическую стабильность и значительное улучшение жизни населения территории. В работе в ходе исследования сделан вывод о том, что маркетинговая стратегия территории тесно связана с общей стратегией государства, с другими частными (функциональными) стратегиями.

### **Список литературы**

1. Абалкин Л.О национально-государственных интересах России // Вопросы экономики. – 2016. – № 2. – С. 31–43.
2. Абокян С.В. Маркетинг территории: вопросы теории и практики // Вопросы экономики, 2016. – № 12. – С. 43–49.
3. Валеева В.В. Устойчивое развитие территорий: от основных понятий до факторов, на него влияющих // Проблемы развития национальной экономики в условиях глобальных инновационных преобразований: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Сборник научных трудов / под ред. Ж.Н. Казиевой. Махачкала, 2021. С. 103–109.

4. Государственное и муниципальное управление: реализация реформ: учеб. пособие. / В.С. Мокрый, А.А. Сапожников, О.С. Семкина; под ред. А.А. Сапожникова. – М.: КНОРУС, 2016. – 216 с.
5. Гранберг А.Г. Региональное развитие: опыт России и Европейского Союза. – М.: Экономика, 2016. – 316 с.
6. Хасби Д. Принципы маркетинга и публичных отношений в территориальном развитии / Д.Хасби, К.Ховард, Э.Кортков. – М.: Инфра-М, 2017. – 358 с.
7. Юсупова Г.Р. Особенности демографической ситуации республики Татарстан в разрезе экономики // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки, 2022. – Т. 7. – № 2 (24). – С. 266–274.
8. Атаева А.Г. Маркетинговая привлекательность муниципального образования: понятие и необходимость оценки [Электронный ресурс]. – URL: [www.isei.emm.ucoz.ru/1.14.doc](http://www.isei.emm.ucoz.ru/1.14.doc) (дата обращения: 27.09.2022).
9. Атаева А.Г. Маркетинговая привлекательность муниципального образования: понятие и необходимость оценки [Электронный ресурс]. – URL: [www.isei.emm.ucoz.ru/1.14.doc](http://www.isei.emm.ucoz.ru/1.14.doc) (дата обращения: 27.09.2022).
10. Кияткина Е.П. Особенности моделирования маркетингового анализа привлекательности экономического роста в стратегии развития регионов [Электронный ресурс]. – URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2013/05/14/1251468244/4.pdf> (дата обращения: 27.09.2022).
11. Официальный сайт Иннополис [Электронный ресурс]. – URL: <http://innopolis.ru/>
35. Официальный сайт Исполкома г. Казани [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kzn.ru/> (дата обращения: 27.09.2022).
12. Русавская А.В. Инвестиции и маркетинговый потенциал муниципального образования (на пример г. Казани) [Электронный ресурс]. URL: [http://cyberleninka.ru/article/n/investitsii\\_i\\_investitsionnyy\\_potentsial\\_regiona](http://cyberleninka.ru/article/n/investitsii_i_investitsionnyy_potentsial_regiona) (дата обращения: 27.09.2022).
13. Саак А.Э. Маркетинговая политика муниципального образования [Электронный ресурс] / А.Э. Саак, О.А. Колчина URL: [http://nashol.com/2015022763782/investicionnaya\\_politikamunicipalnogoobrazovaniyasaak\\_a\\_ekolchina\\_o\\_a\\_2015.htm](http://nashol.com/2015022763782/investicionnaya_politikamunicipalnogoobrazovaniyasaak_a_ekolchina_o_a_2015.htm) (дата обращения: 27.09.2022).
14. Спасивцева А.А. Методики оценки маркетинговой привлекательности региона [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.conf.bstu.ru/conf/docs/0044/2032.doc> (дата обращения: 27.09.2022).
15. XXVII Всемирная летняя Универсиада 2013 в Казани [Электронный ресурс]. – URL: [6-17 июля http://kazan2013.com/ru/](http://kazan2013.com/ru/) (дата обращения: 27.09.2022).

Guzelia Azatovna Abulkhanova,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## MANAGING THE PROMOTION OF THE TERRITORY ON THE EXAMPLE OF THE MUNICIPAL FORMATION "CITY OF KAZAN"

**Annotation.** This article discusses the development of an effective marketing strategy of the territory. The concept of "marketing strategy of the territory" is investigated, its grouping on three foundations is given. The subject of the analysis is the promotion of the territory of the municipal formation "City of Kazan" with the help of sports and event marketing. It is concluded that it is necessary to organize systematic targeted information support for the brand "Kazan – the Capital of Sports".

**Keywords:** marketing strategy, territory, municipality, sports and event marketing, brand

Виктория Романовна Александрова,  
студент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова.  
Чистополь, Россия

## РЕЧНОЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

**Аннотация.** В статье рассматриваются проблемы развития круизного и речного туризма в Республике Татарстан. Проводится оценка развития активного водного туризма для молодежи в Чистопольском муниципальном районе.

**Ключевые слова:** Республика Татарстан, Чистополь, круизный туризм, речной туризм, каякинг

Туризм долгое время в России ассоциировался у людей со спортом, отдыхом и разными активными мероприятиями, и никто не мог подумать, что он тесно связан с экономикой. В результате активного развития экономических отношений получила развитие особая сфера труда, которая обязана была выполнять организацию разностороннего отдыха граждан. Рассмотренные изменения и другие аспекты экономического развития привели к тому, что туризм все чаще стал появляться как отрасль национальной экономики.

Значимость и роль туризма в современное время для нашего государства переоценить нельзя. Многими специалистами утверждается, что индустрия туризма занимает лидирующую позицию в экономике большинства стран. Множество различных видов трудовой деятельности задействованы в наше время в сфере туризма.

В распоряжении Правительства Российской Федерации по развитию туризма в России до 2035 года, которое направлено на комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в РФ за счет создания условий для формирования качественного туристского продукта и услуг для граждан РФ, представлены следующие понятия видов туризма: «автотуризм, горнолыжный комплекс, горнолыжный туризм, деловой туризм, круизный туризм, культурно-познавательный туризм, лечебно-оздоровительный туризм, молодежный туризм, научный туризм, промышленный туризм, сельский туризм, экологический туризм» [1].

В настоящее время уделяется много внимания развитию речного туризма, имеющего большой потенциал в объединении новыми маршрутами крупнейших туристических центров Приволжья. Во множествах регионов России водный, круизный транспорт имеет важное место, особенно в период отдыха, чаще всего это лето. Но смотря объективным взглядом, Татарстан имеет выгодное географическое расположение, где расположено много различных рек и озер, и поэтому местные и туристы будут тянуться к этому виду отдыха.

Согласно распоряжению Правительства РФ по развитию туризма понятие «круизный туризм» рассматривается следующим образом: «путешествие на круизном судне по обозначенному маршруту в культурно-познавательных, досугово-рекреационных, оздоровительных, профессионально-деловых и других целях» [1].

Правительство уделяет большое внимание для развития внутреннего водного туризма. Создаются благоприятные условия для его развития. Но рядом специалистов отмечаются и определенные сложности развития водного туризма. Так, по мнению Анастасии Марухиной главной причиной, препятствующей развитию речного круизного туризма в Республике Татарстан, является большой возраст судов и проблемы береговой инфраструктуры; она отметила, что: «средний возраст судов около 40 лет, а на 77 километров Волги хорошо обустроено только 500 метров в речном порту» [3].

На наш взгляд, самой главной причиной упадка отрасли речного туризма является трагедия, которая случилась в Республике Татарстан на реке Волга одиннадцать лет назад, 10 июля 2011 года. Произошла крупнейшая в истории России катастрофа пассажирского судна. Во время шторма теплоход «Булгария» был затянут в воду и за считанные секунды погрузился в воду. Трагедия унесла 122 человеческие жизни. Погибли 28 детей. Спаслись только

79 пассажиров и членов экипажа. Даже сегодня те, кто пережил эту трагедию, родственники и близкие погибших людей до сих пор не могут принять и поверить в произошедшее.

Но разве проблема была только из-за шторма? В основном вся проблема была в самом судне, которое было технически неисправно и перегружено. Как будто в последний миг на борт принимали всех желающих прокатиться. Также следователи Приволжской транспортной прокуратуры выяснили, что теплоход «Булгария» эксплуатировался незаконно. На момент проверки установлено, что лицензия не оформлена и не выдавалась соискателям.

Кроме того выяснилось, что судно было технически неисправно и перегружено.

Дарья Санникова, директор Комитета по развитию туризма г. Казани, отметила сложности развития речного туризма: «Это проблемный вопрос, который мы активно пытаемся решить. Должна произойти революция, касающаяся здания, проходов, предоставления причальных стенок, сервиса. И поэтому с самого начала следует разработать дорожную карту и начать с речного порта» [3].

Какова целевая аудитория потребителей круизного туризма? Согласно Концепции развития круизного туризма в РФ на период до 2024 г. целевая аудитория потребителей круизного туризма распределяется следующим образом: «в начале и конце навигации (май, сентябрь – октябрь) более 60 процентов российских (внутренних) туристов относятся к возрастной категории старше 60 лет. В летние месяцы (июнь-август) до 50 процентов туристов составляют семьи с детьми и внуками дошкольного и младшего школьного возраста, пожилые семейные пары – 30–40 процентов».

Согласно Концепции развития круизного туризма в РФ на период до 2024 г. у круизного туризма также есть подразделение на классические и экспедиционный. Существуют виды различных маршрутов «кольцевой маршрут, линейный, экскурсионно-познавательный, экспедиционный», они все могут начинаться в одном порту, но иметь различную тематику направления, что значительно влияет на организацию обслуживания пассажиров и выбор класса круизов. Также в состав круизного продукта, кроме самого круиза, входят дополнительные услуги, которые включают в себя различные пересадки и дополнительную экскурсионную программу. Также существует перечень услуг, которые перечисляются в Распоряжении Правительства РФ от 28 января 2022 г: «услуги, приобретаемые туристами в рамках береговых программ; дополнительные услуги, которые связаны с организацией туристической программы; каютный сервис, который несет в себе ежедневную уборку каюты, смену постельного белья и т. д.»

Перечень услуг, предлагаемых круизным пассажирам на борту судна и в рамках береговых программ, зависит от маршрута и программы круиза, его тематической направленности, от класса круизного обслуживания и от предпочтений самого туриста. Турист может выбрать как организованную береговую программу, так и самостоятельную программу пребывания на берегу в пределах времени, отведенного на стоянку судна [2].

М.Б. Биржаков отмечает, что речным круизам также присущи следующие свойства: «уникальные свойства туристского продукта, которые позволяют в сжатые сроки ознакомиться с природными и историческими местами в России и, возможно, зарубежных стран при выполнении круизов по схеме «река – море – река»; возможность проведения туров с различными программами, направленными только на отдых или сочетающие отдых и спорт, деловые поездки-семинары и т. д.; упрощенный визовый режим для круизеров при посещении портовых городов в зарубежных странах, – дирекция круиза обеспечивает туристов, не оформлявших визы, разрешение на сход и пребывание на берегу по так называемым круизным спискам; достаточно высокий уровень обслуживания» [4].

В наше время молодежь редко увлекается таким видом отдыха и поэтому туристические компании стараются привлечь их внимание многообразными маршрутами, интересными экспедициями, а самое главное необычными развлечениями. Помимо простого путешествия по воде и экспедиций в программу маршрутов можно добавить необычные активные развлечения на воде, которые сочетают в себе отдых и спорт. К таким развлечениям можно отнести: дайвинг, гидрофлайт, вейкбординг, серфинг и каякинг.



Водная акватория Чистопольского муниципального района позволяет предоставить возможность для занятия каждым из перечисленных видов, но в рамках настоящей статьи остановимся подробнее на каякинге. Специалист М.Б. Биржаков дал такие определения каякинга и его направлений: «Каякинг имеет три направления гребной слалом, родео и сплав. Слаломный каякинг заключается в маневрировании на каяке. Родео – это выполнение разнообразных трюков на лодке с использованием особенностей рельефа реки. Сплав проводится на реках различной сложности с преодолением препятствий» [5, с. 32].

Так как природные условия на реке Каме располагают к организации данного вида отдыха, мы можем активно использовать каякинг для привлечения молодых туристов. Для проведения этого мероприятия нам понадобится подходящее место, для этого отлично подходит маршрут «Красный Яр-Сотово-Сухой Берсут», он сочетает в себе самые красивые и живописные места, и все это находится недалеко от Чистополя.

Маршруты, по которым будут двигаться люди, будут заранее спланированы в виде эстафеты. Им будут выдавать специальные брошюры для ознакомления с развлекательным маршрута. Гиды ознакомят экскурсантов с правилами безопасности на воде. Организация мероприятия будет осуществляться заранее. Туристы будут оповещены об этом с помощью организатора. На воде будут специальные указатели и инструкторы, которые обеспечат безопасность участников каякинг-тура в случае нештатной ситуации на воде. В каяке будут находиться по два туриста с инструкторами. Эстафета будет начата только тогда, когда все люди будут готовы и осведомлены всеми правилами.

Для полного комплекта проведения этих мероприятий следует пригласить специалистов и гидов по речному туризму. С моей точки зрения, такие мероприятия повысят посещаемость туристов в наш регион, что приведет к улучшению местной экономики.

#### Список литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 № 2129-р.
2. Об утверждении Концепции развития круизного туризма в РФ на период до 2024 г.: Распоряжение Правительства РФ от 28 января 2022 г. № 117-р
3. Марухина А. Перспективы весьма яркие и греющие душу: есть ли будущее у речного туризма Татарстана [Электронный ресурс] // Kazanfirst.ru: информ.-справочный портал. – URL: <https://kazanfirst.ru/articles/590155> (дата обращения: 15.11.22).
4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М., СПб.: ГЕРДА, Невский Фонд, 2014. – 544 с.
5. Биржаков М.Б. Специальные виды туризма. – СПб.: СПбГИЭУ, 2011. – 70 с.

Victoria Romanovna Aleksandrova,  
Student,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Chistopol, Russia

#### RIVER CRUISE TOURISM IN TATARSTAN

**Abstract.** The article deals with the problems of the development of cruise and river tourism in the Republic of Tatarstan. An assessment of the development of active water tourism for young people in the Chistopol municipal district is being carried out.

**Keywords:** Republic of Tatarstan, Chistopol, cruise tourism, river tourism, kayaking

Наталья Дмитриевна Алексеева  
к.ф.н., доцент  
Евгений Алексеевич Жилкин  
магистрант

Поволжский государственный университет сервиса (ПВГУС)  
Тольятти, Россия

## ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТСКИХ ПРОГРАММ В РАМКАХ СТУДЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА

**Аннотация.** Мы изучили и разграничили понятия молодежного и студенческого туризма, остановив фокус внимания на последнем, а также выявили специфику формирования туристского продукта. Нами также был дан обзор предложений по студенческому туризму в России.

**Ключевые слова:** туризм, молодежный туризм, студенческий туризм, студенты, молодежь, туристский продукт

По мнению многих экспертов, туризм является одним из самых активно развивающихся видов бизнеса в мире [1]. С каждым годом увеличивается доля молодых людей, желающих отправиться в путешествие не только за границу, но и по своей стране, родному краю. На сегодняшний день студенческий туризм является одним из самых перспективных и актуальных направлений туризма.

В статье рассматривается организованный (вузом) студенческий туризм, самостоятельный студенческий туризм выпадает из нашего поля зрения ввиду очевидной невозможности формирования единого туристского продукта как комплекса услуг.

Для выявления понятий студенческого и молодежного туризма обратимся к «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» и исследованиям социолога Е. Васильченко, согласно которым:

Молодежный туризм – туризм лиц в возрасте от 18 до 35 лет, временные выезды (путешествия) граждан с постоянного места жительства длительностью не более полугода с целью отдыха, обучения, изучения других культур, получения жизненного и профессионального опыта в стране (месте) временного пребывания [10].

Студенческий туризм – поездки учащихся высших учебных заведений с рекреационными, познавательными, экологическими, деловыми целями [3].

Основные различия между туризмом молодежным и студенческим заключаются в том, что при использовании туристского продукта в любом случае заказчиком будет выступать высшее учебное заведение, в отличие от молодежного туризма, в котором заказчиком услуг выступает молодежь, в том числе студенты, минуя посредника в лице университета [5]. Без внимания к этому факту понятия студенческого и молодежного туризма невероятно схожи, а некоторые авторы в своих исследованиях просто приравнивают один вид туризма к другому [7].

При изучении литературной базы и реализуемой практики мы выяснили, что очень часто в студенческом туризме происходит процесс потребления разрозненных услуг, без объединения их в единый туристский продукт.

В связи с этим, возникает проблема рассмотрения туристского продукта в студенческом туризме – очень часто туристский продукт вообще не формируется, или же создается ситуация формирования псевдотурпродукта из разных услуг разных исполнителей, которые не связаны в единый комплекс.

К примеру, университет занимается вопросом организации перевозки студентов в иное место временного пребывания, и тем самым уже начиная потребление туристских услуг. Однако вопросами размещения студенты занимаются сами, без участия университета. Поэтому в таком случае понятие туристского продукта в полном понимании тут присутствовать не может.

Изучение научной литературы, законодательной базы, а также реализуемых на данный момент программ позволяет выделить специфические особенности, которые нужно учитывать при формировании студенческого туристского продукта.

Так как на данный момент не существует законодательной, базы регулирующей студенческий туризм, то за основу был взят ГОСТ «Услуги детского туризма».

Приведем ниже положения данного государственного стандарта:

- учет особенностей возраста и интересов туристов;
- учет уровня дохода студента как конечного потребителя;
- обеспечение «предоставления туристских и экскурсионных услуг, ориентированных на познавательную тематику, способствующих здоровому образу жизни, развитию патриотизма:
- организация отдыха в санаторно-курортных зонах, предпочтительно на базе организаций и учреждений, имеющих опыт работы с молодежью;
- выбирать преимущественно районы с благоприятными условиями по климату, природе, экологии;
- координация работы по организации путешествий и экскурсий с образовательными учреждениями, физкультурно-спортивными организациями» [4].

Таким образом, можно говорить о том, что спецификой туристского продукта для студентов будет являться соблюдение желаний туриста, учет уровня его доходов, соблюдение баланса цены и качества, а также включение в тур тренинговых и обучающих элементов. Соблюдение данных особенностей позволит создавать востребованный и актуальный туристский продукт для студентов, который полностью удовлетворит ожидания высших учебных заведений, а также конечных потребителей в лице студентов.

Далее перейдем к рассмотрению опыта реализации туристских программ для студентов. Впервые эта идея была озвучена в рамках Послания Президента Федеральному Собранию 21 апреля 2021 года. Президент России заявил о необходимости создания дополнительных возможностей для студенческого туризма, включая проживание в университетских кампусах и общежитиях других регионов для путешествующих студентов [9]. Программа молодежного и студенческого туризма – это программа развития молодежного и студенческого туризма в России. Она охватывает 109 городов в восьми федеральных округах.

На данный момент в Программе участвуют 189 образовательных организаций. Университеты размещают программы на цифровой платформе студтуризм.рф. Также на платформе представлена дополнительная информация [6].

Нами был изучен опыт реализации туристских программ по проекту студтуризм.рф за 2021 и 2022 годы.

На сегодняшний день на сайте студтуризм.рф размещены предложения 179 университетов, которые предлагают 64 программы пребывания по трем основным трекам:

- 1) культурно-познавательному – 30 программ;
- 2) профориентационному – 9 программ;
- 3) научно-популярному – 25 программ.

Культурно-познавательный трек направлен на погружение в среду региона. Речь идет о культуре, достопримечательностях и этнических особенностях. В качестве примеров подобных мероприятий можно отметить тематические экскурсии, посещение театров и музеев, пешие походы в национальных парках.

Суть профориентационного трека – развитие профессиональных навыков участника, его вовлечение в специальность. Посещение производств компаний, практика на предприятиях, мастер-классы по соответствующим профилям, лекции от экспертов – примеры мероприятий этого трека. Сотрудничество с партнером в профориентационном плане – один из значимых элементов данного трека.

Развитие студента в сфере науки при помощи погружения в специфику фундаментальных и прикладных дисциплин – основа научно-популярного трека. Различные конференции, симпозиумы, семинары, посещение научно-исследовательских центров, открытые научные дискуссии обозначим как примеры мероприятий вышеназванного трека [8].

Создатели проекта отдельно выделяют предложения в городах Барнаул, Курган, Грозный, Москва, Севастополь, Петрозаводск, Казань.

Данные таблицы свидетельствуют о том, что среди доступных средств размещения на портале студтуризм.рф было выявлено практически полное отсутствие предлагаемых студентам экскурсионных программ. Фокус смещен в сторону организации проживания, не предполагая организации досуга студентов (табл. 1).

Таблица 1

**Анализ средств размещения для студентов, представленных на портале студтуризм.рф**

Название университета	Стоимость проживания	Программа пребывания вне общежития	Наличие питания и его стоимость, если есть
АГУ	300	Нет	Нет
КГУ	53	Нет	Нет
ГГНТУ	80	Нет	Нет
МГУСиТ	1200	Нет	Да, включено в стоимость
РГУТИС	540	Нет	Нет
СевГУ	450	Да	350
ПетрГУ	1270	Нет	250
КФУ	150	Нет	250

В ходе анализа предложений туристских программ для студентов на сайте студтуризм.рф в тематическом разделе «Зачем поехать» было выявлено всего 4 предложения, предлагающихся в форме полноценного туристского продукта. Остальные предложения представляют собой лишь список событий, рекомендуемых для посещения в регионе.

Командой Поволжского государственного университета сервиса были разработаны туры для студентов по культурно-познавательному и профориентационному треку, а на данный момент завершается работа над научно-популярным направлением.

В рамках культурно-познавательного трека был разработан тур «Неделя в Тольятти» для реализации в период летних каникул.

В профориентационном треке мы предлагаем студентам химических направлений подготовки посетить наш город для прохождения стажировки на предприятии «Тольяттикачук» и фармацевтической компании «Озон», ведутся переговоры с предприятием «Тольяттиазот». В этом году программа пользуется большой популярностью. Создатели проекта студтуризм.рф высоко оценивают опыт ПВГУС в создании таких профориентационных программ [2]. С 2022 года программа действует круглогодично, это нововведение, несомненно, открывает студентам новые возможности для знакомства с профессией.

У нас разработана программа для студентов туристических специальностей. Есть договоренности с туристскими компаниями и отелями, которые позволят молодым людям «потрогать профессию руками». Мы планируем, что в этом учебном году у нас будут реализованы партнерские программы в рамках Студтуризма с профильными университетами, на данный момент ведется работа с Московским государственным университетом спорта и туризма.

На данный момент завершается работа над научно-популярным треком, в рамках которого предполагается трехдневное знакомство с научной школой ПВГУС «Искусствоведение: техническая эстетика и дизайн». Это возможность для будущих дизайнеров познакомиться с работами и исследованиями студентов и ученых кафедры «Дизайн и искусство», погрузиться в мир научных прорывов в области дизайна и фэшн-индустрии, а также создать свой шедевр с использованием аддитивных технологий.

Всего Поволжский государственный университет сервиса в рамках программы студенческого туризма за прошедшее лето посетили 38 студентов, большинство из которых сделали свой выбор в пользу профориентационного трека.

Программа молодежного и студенческого туризма – это новый импульс для сетевого взаимодействия между университетами в создании туристских продуктов на основе программ дополнительного образования. В этом году Поволжский государственный университет сервиса попробовал включить в программу пребывания студентов культурно-познавательного трека посещение лабораторий профильного для них университета. Эта тема может быть интересна любому отраслевому университету региона, ориентированному на привлечение талантливой молодежи, и очень востребована студентами. Для нас, как для профильного университета Самарского региона по подготовке кадров для индустрии туризма и гостеприимства, участие в программе – это еще и дополнительная возможность для преподавателей и студентов формировать, тестировать и запускать реальные туристские продукты.

### Список литературы

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М., СПб.: ГЕРДА, Невский Фонд, 2014. – 544 с.
2. В Самарской области завершился первый проект программы «Студтуризм.рф» [Электронный ресурс]. – URL: <https://news.rambler.ru/education/49229865-v-samarskoj-oblasti-zavershilsya-pervyy-proekt-programmy-studturizm-rf/> (дата обращения: 05.11.2022).
3. Васильченко Е.В. Туризм в системе социально-культурного взаимодействия студенческой молодежи: дисс. ... кандидата социологических наук: 22.00.06. – Тюмень, 2013.
4. ГОСТ Р 54605-2017 Туристские услуги. Услуги детского туризма. Общие требования (Переиздание) [Электронный ресурс]. – URL: <https://base.garant.ru/72164874/> (дата обращения: 05.11.2022).
5. Кожанов К.А. Определение феномена «организованный студенческий туризм» // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2014. – № 6(73). – С. 75-78.
6. Официальный сайт программы молодежного и студенческого туризма [Электронный ресурс]. – URL: [studturizm.rf](http://studturizm.rf) (дата обращения 05.11.2022).
7. Палаткина Г.В. Молодежный туризм: учебное пособие. Астрахань: Астраханский государственный университет, 2012. – 270 с.
8. «Положение о программе молодежного и студенческого туризма» (утв. Минобрнауки России 04.07.2022) [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_431080/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_431080/) (дата обращения: 05.11.2022).
9. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 21.04.2021 «Послание Президента Федеральному Собранию» [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_382666/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_382666/) (дата обращения: 05.11.2022).
10. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoj-federatsii-v-period-do-2035-goda> (дата обращения: 05.11.2022).

Natalia Dmitrievna Alekseeva,  
PhD, Associate Professor,  
Evgeny Alekseevich Zhilkin,  
Master Degree Student,  
Volga Region State University of Service,  
Togliatti, Russia

### EXPERIENCE IN IMPLEMENTING TOURIST PROGRAMS WITHIN THE FRAMEWORK OF STUDENT TOURISM

**Abstract.** We have studied and differentiated the concepts of youth and student tourism, focusing on the latter, and also identified the specifics of the formation of a tourist product. We also gave an overview of proposals for student tourism in Russia.

**Keywords:** tourism, youth tourism, student tourism, students, youth, tourist product

Анастасия Андреевна Антипова,  
студент,  
Ильдар Сарварович Кабиров,  
к. э. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## СТУДЕНЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

**Аннотация.** В статье рассмотрены перспективы развития студенческого туризма в Республике Татарстан. Тема данного проекта является актуальной, так как для привлечения туристов в Республику Татарстан и его позиционирования на внутрироссийском необходимо создание нового привлекательного туристского продукта.

**Ключевые слова:** туризм, студенческий тур, воркшоп, программа, Татарстан, туристский продукт, сувенирная продукция, эксперты, экскурсия, нетворкинг.

На сегодняшний день туризм является одним из наиболее перспективных направлений развития государства и его субъектов. Он содействует более эффективному использованию многогранного наследия территории. Результатом приобщения к этому наследию станет рост общекультурной компетентности людей, улучшение условий для их отдыха и оздоровления. Также развитие туризма даст толчок экономической жизни каждого региона, поскольку в ходе развития туризма в региональную экономику привлекаются дополнительные средства. привлечение дополнительных средств в экономику региона.

Одним из видов развития внеучебной деятельности по праву считается студенческий туризм. Данное явление не ново, однако в современных реалиях может обрести новый смысл – пандемия дала толчок к развитию внутреннего туризма, а закрытие некоторых границ и части аэропортов юга России с февраля 2022 года является еще одним стимулом к путешествиям по России [1].

Татарстан – один из развитых регионов, который уделяет особое внимание развитию туризма. Во всех сферах туристской деятельности идет поиск новых форм работы, расширение сферы предложения и создание новых туристских комплексов [2].

Данная работа посвящена разработке программного студенческого тура. Туристические поездки – дело затратное, особенно сегодня, в условиях стремительно растущих цен. Позволить себе совершить вояж может далеко не каждый работающий россиянин, что уж говорить про студентов. Экскурсионные маршруты и культурные программы позволяют студентам познакомиться не только с архитектурой, историей, природой других городов, но и с молодежными креативными пространствами и практиками студенческого самоуправления в вузах. Это хорошая возможность получить яркие впечатления и найти новых друзей.

Для участников программного студенческого тура будут также проведены обучающие воркшопы на актуальные темы в индустрии туризма. Эксперты и преподаватели Казанского инновационного университета смогут дать студентам много полезной информации и знаний в индустрии туризма. Студенты смогут освоить обучающую программу как в теории, так и на практике.

Программа студенческого туризма уже заинтересовала большое количество студентов. Это, безусловно, значимый проект, открывающий студенческому сообществу реальную возможность путешествовать по Республике Татарстан. Возможность попасть в туристическую группу и посетить интересные места в каникулы есть у каждого студента.

Тема данного проекта является актуальной, так как для привлечения туристов в Республику Татарстан и его позиционирования на внутрироссийском рынке необходимо создание нового привлекательного туристского продукта, представляющего интерес для студен-

тов бакалавриата. Тур, который бы остался в памяти учащихся на долгое время и принес бы им массу положительных впечатлений.

Целью является разработка программы, направленной на стимулирование и развитие доступного, безопасного и комфортного внутреннего туризма на территории Республики Татарстан, в том числе с использованием инфраструктуры кампусов, общежития, а также обучение и практические занятия от экспертов Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова, медийных лиц в индустрии туризма и председателя Государственного комитета Республики Татарстан по туризму.

Достижение цели обеспечивается решением следующих основных задач:

- создание условий, необходимых для обеспечения участия обучающихся и молодых специалистов в событиях образовательной направленности, рекреационных, культурно-познавательных и прочих досуговых событиях;
- создание условий, необходимых для размещения участников, их транспортировки и питания в соответствии с целью программы;
- популяризация внутреннего туризма на территории Российской Федерации среди обучающихся;
- привлечение новой целевой аудитории в Республику Татарстан с помощью программы;
- продвижение туристского продукта Республики Татарстан на внутреннем рынке.

Основная идея проекта заключается в разработке программного студенческого тура по Республике Татарстан «ProTatarTour» на 7 дней / 6 ночей для студентов бакалавриата, которые хотят посетить достопримечательности столицы республики и ее окрестностей, а также расширить знания и приобрести навыки в сфере туризма. Данная программа позволит участникам совместить отдых с обучением.

В первый день студенческого программного тура участников будут заселять в общежитие, предоставленное принимающей стороной (КИУ). После будет организована встреча с организаторами, где участники смогут познакомиться друг с другом и проектом.

Второй день будет посвящен ознакомлению участников с историей города Казань, ее традициями и кухней, а также знакомство с принимающей стороной – Казанским инновационным университетом имени В. Г. Тимирязова, где пройдет церемония открытия тура, и студенты смогут также познакомиться с университетом.

Третий день программы будет посвящен экотуризму. Точкой притяжения будет являться Камское Устье. Участники программы посетят Юрьевскую пещеру, сохранившиеся гипсовые штольни, гору Лобач. На сегодняшний день развиваются экокурорты с особым режимом сохранения природы с целым комплексом гастрономических, спортивных, пляжных, ретрит активностей. А на территории Камского Устья реализуются проекты по строительству жилых модулей и благоустройству территории. После экскурсионной программы пройдет воркшоп на тему «Новая концепция отдыха или что такое глэмпинг?» от одного из экспертов в области туризма.

Четвертый день программы посвящен этносоциальному туризму. Знакомство с традициями сразу трех народов – русского, татарского и кряшен, а также встреча с первозданной природой нашего края. Маршрут проходит по трем старинным селам – Никольское, Атабаево и Ташкирмень, в каждом из которых Вас встретят выступлениями национальных ансамблей и интересными интерактивами.

Культурно-исторический туризм будет посвящен пятому дню студенческого программного тура. Старинные памятники – одна из причин, побуждающих туристов ежедневно прибывать на остров-град Свияжск. После возвращения в Казань будет проводиться воркшоп на тему «Трэвел-блоггинг». В отличие от трэвел-журналиста он информирует аудиторию о своем путешествии, своем опыте, своем восприятии места назначения. Материалы трэвел-блоггеров намного «персональнее» журналистских – это дневники авторов. Участники программы после поездки получают интересную информацию на эту тему и смогут применить ее на практике, так как перед ними будет поставлена задача создать небольшой трэвел-блог о Республике Татарстан.

На шестой день предстоит пройти последний воркшоп на тему «Туризм в нынешних условиях». После участников программы отправятся на квест, посвященный истории Казани и туризму. Последняя станция квеста будет находиться в КИУ, где пройдет подведение итогов и завершение смены. Участникам программы вручат сертификаты и сувенирную продукцию Республики Татарстан. В завершение дня участникам будет дана возможность распланировать самим свое времяпровождение.

Седьмой день – завершающий. В этот день участники выезжают из общежития.

В целях популяризации внутреннего туризма на территории Российской Федерации среди обучающихся и продвижения туристского потенциала Республики Татарстан на внутреннем рынке далее будут представлены задания по каждой обучающей лекции.

Воркшоп «Новая концепция отдыха, или что такое глэмпинг?». Задание – участники программы выполняют задание на сайте Izi.TRAVEL. Это крупнейшая в мире платформа аудиогидов. Десятки тысяч авторов размещают здесь свои музейные и уличные аудио экскурсии. Это возможность свернуть с привычных туристических троп и увидеть города, регионы и страны во всем очаровании. Участники смогут создать свою аудиоэкскурсию по Камско-Устьинскому району Республики Татарстан.

Воркшоп «Трэвел-блоггинг». Задание – каждой группе участников будет распределена своя социальная сеть («ВКонтакте», Telegram, Tilda Publishing, «Яндекс Дзен»), где они должны будут завести страницу в формате блога о путешествиях и рассказать о пройденных днях в программном студенческом туре «ProTatarTour».

Воркшоп «Туризм в нынешних условиях». Задание для каждой группы участников – создание видеовизитки о Республике Татарстан и ее столице. Видеовизитка должна включать в себя несколько фактов о культуре республики, о ее кухне, природных и исторических достопримечательностях. Видео должно быть объемным, креативным и информативным, по времени более 5 минут. Загрузить задание нужно будет на российский онлайн-сервис для хостинга и просмотра видео – Rutube.

Для систематизации контента в различных социальных сетях будут введены хэштеги, которые упростят процесс поиска постов. Добавление хэштегов – обязательное условие при выполнении заданий. Хэштеги для работы: #ProTatarTour, #студенческийтур, #тур, #Казань, #Татарстан, #программныйстуденческийтур.

Основной поток студентов будет из соседних регионов Республики Татарстан: Республики Марий Эл, Республики Удмуртия, Республики Башкортостан, Чувашской Республики, Кировской, Ульяновской, Самарской и Оренбургской областей.

Создавая такой проект, как программный студенческий туризм «ProTatarTour», мы задаем новое направление в привлечении новой целевой аудитории в Республику Татарстан и продвижении туристского потока на внутреннем рынке.

Ожидаемые результаты указанного проекта: повышение интереса к внутреннему туризму среди студентов; популяризация туристских районов региона; знакомство с культурой региона и историей участников программы; активизация интереса и вовлеченности молодежи к развитию туризма в регионе.

Из приведенного выше анализа можно сделать вывод, что предлагаемый проект тура окажется востребованным, приведет к количественному увеличению туристического потока в Республику Татарстан, станет новым вектором регионального развития туризма.

### **Список литературы**

1. Ханина А.В. Современный студенческий туризм: особенности и перспективы развития // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т. 16. – № 4. – С. 18–27.
2. Государственный комитет Республики Татарстан по туризму [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.tatarstan.ru/> (дата обращения: 22.10.22).



Anastasia Andreevna Antipova,  
Student,  
Ildar Sarvarovich Kabirov,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## STUDENT TOURISM: PRIORITY DIRECTION OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE REGION

**Abstract.** The article discusses the prospects for the development of student tourism in the Republic of Tatarstan. The topic of this project is relevant, since in order to attract tourists to the Republic of Tatarstan and its positioning in the domestic Russian market, it is necessary to create a new attractive tourist product.

**Keywords:** tourism, student tour, workshop, program, Tatarstan, tourist product, souvenirs, experts, excursion, networking

УДК332.158

Юлия Александровна Арефьева,  
студент,  
Ильдар Сарварович Кабиров,  
к. э. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

**Аннотация.** В данной статье рассматривается туризм в Республике Татарстан и возможные способы увеличения туристского потенциала в данном регионе. Обоснована необходимость разработки новых качественных туристских продуктов. Основным путем продвижения туристского потенциала Республики Татарстан выбран фестиваль «День Нептуна». В статье описывается идея проекта, дается краткая информация о фестивале, сделан прогноз в отношении предполагаемых результатов его реализации.

**Ключевые слова:** Республика Татарстан, туризм, туристский продукт, фестиваль, событийный туризм

На сегодняшний день Республика Татарстан является одним из наиболее динамично развивающихся регионов Российской Федерации. Развитие региона происходит как в демографическом, так и экономическом аспектах. Туризм в Татарстане одно из наиболее популярных направлений социально-экономического развития. Только за 9 месяцев 2021 года услуги в сфере туризма с учетом смежных отраслей принесли экономике Республике более 20 млрд руб., а общий доход от туризма за 2021 год составил более 33 млрд руб. [2].

Казань – столица Республики Татарстан, крупнейший по численности населения город в Приволжском федеральном округе и на реке Волге. Один из крупнейших экономических, научных, образовательных, религиозных, культурных и спортивных центров нашей державы. Столица Татарстана является пятым в России городом, число туристов которого превысило 3 млн человек в год [2]. Казань регулярно участвует в российских и международных выставках, а также презентует туристический потенциал за рубежом.

Актуальность нашего исследования обусловлена тем, что в условиях развития внутреннего и въездного туризма существенное значение придается разработке новых качественных туристских продуктов в регионах Российской Федерации [3, с. 84]. Согласно Федеральному закону № 132-ФЗ, туризм внутренний – туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации [4]. Город Казань по коли-

честву объектов туристского показа является благоприятной дестинацией для продвижения туристского потенциала Республики Татарстан.

Фестиваль «День Нептуна на озере Кабан» в Республике Татарстан – это разработанный нами проект для жителей не только самого города и республики, но и всей России. Идея проекта – развитие событийного туризма в городе Казань как вектор привлечения туристов из соседних регионов Поволжского федерального округа и других регионов России. День Нептуна – веселый и яркий летний праздник. Его отмечают в оздоровительных лагерях, детских садах, санаториях, в курортных городах и на пассажирских судах. История праздника связана со стародавней традицией мореплавателей при пересечении экватора: они стремились задобрить морского владыку, испросив у него попутного ветра, чтобы успешно пересечь нулевую параллель [1, с. 118]. Перед пересечением экватора рекруты проходили через обливание водой, что составляло суть данного испытания.

В России День Нептуна совпадает с празднованием Дня военно-морского флота и отмечается в последнее воскресенье июля. Основными традициями праздника считается купание в водоемах и обливание водой всех причастных и не причастных. Об этой традиции знают многие, но, к сожалению, для большинства россиян она осталась в прошлом, ушла вместе с детством и пионерскими лагерями. К тому же, как уже было сказано выше, чаще всего этот праздник организуют на локальных уровнях: в лагерях, школах или санаториях. Праздники на городском уровне проводятся не так часто, и они не пользуются большой популярностью. Идея фестиваля «День Нептуна на озере Кабан» актуальна тем, что фестиваль будет проводиться на уровне республики с последующим стремлением выйти на всероссийский уровень.

Фестиваль даст стимул продвижению туристского потенциала Республики Татарстан, так как это принципиально новый формат мероприятия для Республики Татарстан. Мероприятие сможет привлечь туристов со всей России. В связи с географическим положением района, основной поток ожидается из близлежащих субъектов РФ: Кировской, Ульяновской, Самарской и Оренбургской областей, Республики Башкортостан, Республики Марий Эл, Удмуртской Республики и Чувашской Республики.

Цель данного проекта – проведение фестиваля «День Нептуна на озере Кабан» как средство продвижения туристского потенциала Республики Татарстан. Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи: формирование конкурентоспособного турпродукта через совершенствование используемых туристских ресурсов города; стимулирование развития материально-технической базы туризма путем привлечения инвестиций для реализации данного проекта; позиционирование города Казань на рынке туристских услуг Республики Татарстан в качестве города с растущими возможностями для развития событийного туризма; формирование имиджа Республики Татарстан как благоприятного региона для развития внутреннего туризма; обеспечение роста туристского потока в город и регион.

Фестиваль является коммерческим проектом, в связи с этим всем посетителям необходимо заранее приобрести билет. Билет на посещение одного из дней фестиваля будет стоить 250 рублей, а билет на два полных дня – 400 рублей. Также планируется продажа комбинированных билетов, например, парный – 700 рублей за два полных дня фестиваля на двоих, или семейный – 1 000 рублей за два полных дня фестиваля на двоих взрослых и одного ребенка.

Перейдем к описанию фестиваля «День Нептуна на озере Кабан». Лозунг мероприятия: «Ты не выйдешь сухим из воды!». Фестиваль будет проходить два дня, в течение каждого из которых гостям будет предложена обширная развлекательная программа. В первый день гостям фестиваля будут предложены: торжественное открытие фестиваля, театрализованное представление с историей праздника, объявление программы на день; объявление и представление участников конкурса на лучший костюм; выступления различных коллективов и исполнителей на сцене; мастер-классы по различным направлениям; анимационная программа для детей; закрытие первого дня фестиваля, подведение итога конкурса на лучший костюм.

Второй день фестиваля включает в себя следующую программу: открытие второго дня фестиваля, объявление программы на день; выступления различных коллективов и ис-

полнителей на сцене; анимационная программа для детей; пенная вечеринка; торжественное закрытие фестиваля.

Данный фестиваль будет проводиться в последние выходные июля в течение 5 лет, соответственно, первый фестиваль «День Нептуна на озере Кабан» будет проходить 29.07.2023 – 30.07.2023. Мероприятие будет проводиться на территории озера Нижний Кабан в центре города Казань. Мы не зря сделали выбор в пользу данной территории, поскольку для такого праздника необходимо место рядом с водой. Город Казань располагает и другими водоемами в черте города, но мы считаем озеро Нижний Кабан наиболее подходящим местом для проведения данного фестиваля. Купание в данном водоеме запрещено, но зато набережная отлично оборудована и располагает всем необходимым для проведения фестиваля. Неоспоримым плюсом является расположение данной территории непосредственно в центре города. Также набережная озера Кабан используется для проведения таких мероприятий как «КультТорг», фестиваль «Милли киём».

На территории фестиваля планируется разместить некоторые временные объекты, среди которых главная сцена, камеры хранения для вещей, зона для проведения мастер-классов, ларьки с едой, фотозона, зона выдачи водных пушек, туалеты.

Основными объектами мероприятия будут следующие. На главной сцене будет происходить торжественное открытие и закрытие фестиваля. Там же будет проведен конкурс костюмов, анимационная программа для детей и выступления различных коллективов на протяжении практически всего фестиваля. Использование камер хранения бесплатно и предоставляется для всех участников фестиваля. Любой желающий может оставить там вещи, которые хотел бы оставить сухими. Зоны проведения мастер-классов разделены на три сегмента для разных целевых аудиторий. Для самых маленьких гостей фестиваля предлагается мастер-класс по созданию куклы-русалочки, для женщин – создание украшений из бусин, бисера и ракушек на морскую тематику, а для мужчин планируется провести мастер-класс по литейному мастерству, который также будет тесно переплетен с морской тематикой – участники смогут изготовить себе подвески-трезубцы, брелки в виде штурвалов, якорей, кораблей и т. д. Разделение на целевую аудиторию является условным, при желании дети, в сопровождении родителей могут попробовать себя в любом из ремесел. Питание на фестивале планируется осуществить с помощью фуд-траков – небольших фургонов, продающих стрит-фуд.

Основная цель фестиваля для его гостей – вспомнить детство, освежиться в жаркий июльский день, провести время с семьей или друзьями. Поэтому на мероприятии будет происходить выдача водных пушек участникам. Каждый, кто заходит на территорию фестиваля, обязуется сдать ценные вещи в камеру хранения во избежание поломок, связанных с большим количеством воды. На территории фестиваля разрешено обливать и стрелять из водяных пушек в кого угодно, как гласит лозунг, «Никто не выйдет сухим из воды».

Фестиваль «День Нептуна на озере Кабан» является принципиально новым мероприятием для Республики Татарстан, в том числе для города Казань. Ожидаемые результаты реализации проекта: увеличение турпотока в город Казань; популяризация подобного рода фестивалей в Республике Татарстан; появление у жителей РТ новых ассоциаций с привычным детским праздником; ежегодное увеличение участников фестиваля.

Таким образом, проведение фестиваля «День Нептуна на озере Кабан» в городе Казань отлично скажется на продвижении туристского потенциала Республики Татарстан. Конечно, в городе и регионе уже проводится много праздников и фестивалей, которые могут привлечь туристов. Многие из них являются традиционными и проводятся уже давно. Указанный фестиваль будет новым форматом событийного туризма, инновационным продуктом для города Казань и республики, так как обычно подобные праздники проводятся на более локальном уровне. Мероприятие будет актуально как для взрослых, которые могут вспомнить свою молодость, так и для детей, для которых водные забавы являются весельем. Программа фестиваля позволит привлечь и охватить большое количество людей, как из города и республики, так и из соседних регионов. Таким образом, данный проект поможет увеличить туристский поток в Республику Татарстан.

## Список литературы

1. Бесков А. А. Мифология мифологии // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2015. – № 1(34). – С. 116–119.
2. Государственный комитет по туризму Республики Татарстан [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.tatarstan.ru> (дата обращения: 15.10.22).
3. Мусаева З.С. Региональный туризм в России: современное состояние и пути развития // Экономика: проблемы, решения и перспективы – 2019. – № 9. – С. 83–86.
4. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. – № 49. – Ст. 5491 (с изм. и доп. от 28 мая 2022 г. № 148-ФЗ).

Yuliya Aleksandrovna Arefyeva,  
student,  
Ildar Sarvarovich Kabirov,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## PROMOTION OF TOURISM POTENTIAL OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

**Abstract.** The article discusses tourism in the Republic of Tatarstan and possible ways to increase the tourism potential in this region. The necessity of developing new high-quality tourist products is substantiated. The main way to promote the tourism potential of the Republic of Tatarstan is the Neptune Day festival. The article describes the idea of the project, provides brief information about the festival, and makes a forecast regarding the expected results of its implementation.

**Keywords:** Republic of Tatarstan, tourism, tourist product, festival, event tourism

УДК 339.138:338.48

Диана Ринатовна Галеева,  
преподаватель,  
Марианна Руслановна Штанчаева,  
преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

**Аннотация.** В статье выявлены проблемы российской системы подготовки кадров для сферы туризма с применением практико-ориентированного подхода. Обоснована необходимость использования ряда мер, позволяющих заинтересовать студента в будущей профессии. Предложены способы улучшения качества подготовки студентов в целях решения выявленной проблемы.

**Ключевые слова:** индустрия туризма и гостеприимства, практико-ориентированное обучение, целевое обучение, туристское предприятие, цифровизация

Развитие индустрии туризма и гостеприимства в реалиях сегодняшнего дня направлено на расширение спектра туристских услуг. Соответственно, четко определяется вектор развития на повышение уровня конкурентоспособности предоставляемых услуг, наличие большого спектра реализуемых турпродуктов и, несомненно, подготовку высококвалифицированных специалистов в области туризма. На сегодняшний день качественная подготовка специалистов в области туризма и гостеприимства имеет большое значение для ведущих вузов и вузов России и, в частности, Республики Татарстан.

В настоящее время российская система подготовки кадров для сферы туризма переживает период интенсивных перемен, которые зависят от адаптации к глобальному рынку труда и вызваны необходимостью подготовки нового поколения специалистов с учетом практико-ориентированной модели обучения. Важность практико-ориентированного подхода в современном образовании трудно переоценить. Практически нет направления обучения, в котором роль практических занятий была бы не столь важна и для которых практические занятия полноценно закрывались бы семинарами в стенах вуза. Практико-ориентированное обучение не имеет в данный момент четкого определения, но мы придерживаемся подхода, обозначенного В.Г. Ден, которая определяет его как «активную форму обучения, целью которой является применение знаний и формирование профессиональных компетенций за счет выполнения практических задач в условиях, максимально приближенных к реальным» [1]. Ценность практико-ориентированного обучения, которое имеет целью сформировать у будущих руководителей и специалистов всех уровней индустрии гостеприимства сервисное клиентоориентированное мышление, навыки поведения в текущих и нестандартных ситуациях при непосредственном взаимодействии с гостями и между собой в трудовом коллективе, заключается в эффективности его как образовательной методики, которая позволяет соединить теорию и практику [2].

Для отрасли туризма и гостеприимства этот момент в обучении имеет особенное значение. Заканчивая обучение, молодой специалист имеет весьма расплывчатое представление о своей будущей профессии, особенно о конкретных видах деятельности. Связано это, в первую очередь, с недостаточной практической подготовкой на предприятиях туристской индустрии. Часы, отводимые на учебные и производственные практики в целом можно было бы увеличить, но проблема в том, что и имеющиеся часы не реализуются так, как того требует современная экономика. Общий тренд на цифровизацию экономики затронул и сферу туризма. Этот фактор сыграл против студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Туризм» в вопросе получения знаний, навыков и умений на практике, в реально действующей туристской организации.

Также можно выделить еще ряд проблем, препятствующих более широкому внедрению практико-ориентированного подхода в обучении специалистов сферы туризма:

- отсутствие понимания у школьников/абитуриентов сути будущей профессии, и как следствии незаинтересованность в обучении с дальнейшим трудоустройством по специальности;
- неготовность и отсутствие возможности туристских предприятий принять на практику студентов в большом количестве;
- сложный подход к организации лекций / практических занятий с действующими практиками и специалистами в области туризма;
- отсутствие запросов на «целевое обучение» студентов от действующих туристских предприятий;
- высокие требования к выпускникам ссузов и вузов от работодателей туристской сферы;
- отсутствие тренинговых кабинетов для большего количества студентов.

Как результат – убежденность в неактуальности своей профессии у студентов, слабая успеваемость по специальным дисциплинам, непонимание выпускниками, кем же они реально могут работать. Даже при наличии у вуза собственной турфирмы трудно организовать полноценное практико-ориентированное обучение только собственными силами.

Для решения сложившихся проблем можно предпринять ряд мер, которые смогли бы изменить ситуацию и позволили бы вернуть актуальность и значимость профессии специалиста по туризму в глазах абитуриентов/студентов/выпускников. В первую очередь, немаловажное значение имеет пересмотр образовательных программ не только в части увеличения часов на практическую подготовку, но и в части изменения дисциплин. Сейчас роль географии как учебной дисциплины еще со школы беспрецедентно мала. Студенты, окончившую школу, практически не знают географию России и мира, им приходится обучаться заново, но часов в вузе на это не хватает. Как итог мы изначально имеем дело с ситуацией, когда нужно

сначала обучить основам экономической географии, дать знания по элементарным основам географии России и только потом приступать к практическим дисциплинам обучения. Но специалист по туризму не может быть действительно компетентным без географических знаний. Во-вторых, внедрение в теоретический процесс обучение элементов/заданий/кейсов, которые помогали бы отрабатывать профессиональные навыки, чтобы приходя на практику, студент уже обладал минимальным набором умений и навыков. В-третьих, это реально действующие долгосрочные договора о сотрудничестве и практической подготовке студентов между ВУЗом и ведущими предприятиями региона. Речь должна идти не только о прохождении производственной и преддипломной практики, но и об увеличении роли представитель туристских организаций в качестве спикеров по отдельным темам, в качестве заказчиков турпродукта, заказчиков рекламных материалов, в качестве членов комиссии при защите курсовых работ и проектов. Помимо этого, необходима организация конференций и круглых столов с работодателями и практиками в сфере туризма, увеличение числа партнеров в области туризма, организация практических занятий с применением стандартов WorldSkills Russia. Реальное внедрение вышеперечисленных мер позволит не только усилить качество подготовки студентов, обучающихся по специальностям «Туризм» и «Сервис», повысить их профессиональные навыки, но и будет способствовать повышению престижа профессии, росту популярности направлений обучения среди абитуриентов, в конечном итоге улучшит качество предоставляемых услуг в туристическом секторе и повысит эффективность всей индустрии в целом.

### Список литературы

1. Ден В.Г. Организация практико-ориентированного образования в индустрии туризма и гостеприимства на примере кафедры туризма и экологии Владивостокского государственного университета экономики и сервиса // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2022. – № 1. – С. 130–143.

2. Корнова Г.Р., Курилова Е.В. Проблемы практико-ориентированного обучения при подготовке кадров для сферы туризма и гостеприимства // Современные технологии профессионального образования: проблемы и перспективы: материалы научно-методической конференции с международным участием / Минобрнауки России, Уральский государственный лесотехнический университет. – Екатеринбург: УГЛТУ, 2014. – С. 195–199.

Diana Rinatovna Galeeva,  
Lecturer,  
Marianna Ruslanovna Shtanchaeva,  
Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### ACTUAL PROBLEMS OF PRACTICE-ORIENTED TRAINING OF SPECIALISTS IN THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

**Abstract.** The article identifies the problems of the Russian system of personnel training for the tourism sector using a practice-oriented approach. The necessity of using a number of measures to interest the student in the future profession is substantiated. The ways of improving the quality of students' training in order to solve the identified problem are proposed.

**Keywords:** tourism and hospitality industry, practice-oriented training, targeted training, tourism enterprise, digitalization

Татьяна Васильевна Горинова,  
студент,  
Аделя Ильдаровна Хайруллина,  
студент,  
Ильдар Сарварович Кабиров,  
к. э. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ТУРИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

**Аннотация.** Статья посвящена изучению устойчивого развития туризма в Республике Саха (Якутия). Якутия обладает большим потенциалом для развития туризма, поэтому в статье рассматриваются природные ресурсы, способствующие становлению и дальнейшему продвижению различных видов туризма на территории. Помимо этого, проанализированы статистические данные по туризму. Выделены главные туристические территории, которые позволяют развивать здесь туризм. Даны рекомендации по совершенствованию устойчивого туризма в республике.

**Ключевые слова:** устойчивый туризм, Республика Саха (Якутия), природные ресурсы, разработанные проекты, туризм

К концу XX века туризм стал занимать первые места в международных внешнеэкономических связях. Он воздействует на развитие экономических процессов не только отдельных стран, но и экономики регионов, поэтому на современном этапе так важно определение устойчивого развития туризма для отдельных территорий в субъектах Российской Федерации. Устойчивое развитие туризма может внести вклад в экономику региона, улучшая его экономическую, социальную и гуманитарную базу.

Устойчивое развитие туризма – это вид туризма, при котором обеспечивается использование ресурсов окружающей среды. Подобный туризм предполагает в себе развитие туризма, направленное на долгосрочный период. На сегодняшний день концепция устойчивого развития пока находится в стадии разработки, а в экономике туризма наблюдается много неразрешенных проблем, системы устойчивого развития области туризма все еще не изучены до конца [1, с. 13–14].

В последнее время отмечается рост внутреннего туризма в России, что связано с геополитическими изменениями. Такого рода ситуация в мировой экономике усилила спрос жителей нашего государства на отдых в отдаленных регионах страны. В большинстве случаев северные регионы России стали предлагать уникальные туристические маршруты. Несмотря на высокую стоимость, такие туры пользуются огромным спросом. Так, Республика Саха (Якутия) стала уделять внимание устойчивому развитию туризма [2, с. 88–90].

Обладая очень большим туристско-рекреационными возможностями, Республика Саха все больше привлекает путешественников и инвесторов, что дает условия стать одним из основных туристических направлений России. Формирование туризма в республике принято относить к одной из долговременных ценностей социально-экономического процесса. В соответствии со Стратегией развития туризма в Республике Саха (Якутия) до 2025 года в роли основных курсов установлены внутренний и въездной туризм. Для этого республика продвигает туристические маршруты Якутии на международных туристических выставках ITB (Германия), MITF (Москва), JATA-WTF (Япония), CITM (Китай).

Общий объем туристических услуг по итогам 2021 года составил 1 697,8 млн рублей. Суммарный номерной фонд коллективных средств размещения составляет 2 632 номера, 5 756 койко-мест. В Якутии работают 11 туристических фирм по направлению внутреннего и въездного туризма, состоящих в ЕФРТ. Также в Саха действуют 42 турбазы и гостевых дома. Пассажирскую авиоперевозку реализовывают «Авиакомпания «Якутия», «Авиакомпания

«Полярные авиалинии», «Авиакомпания АЛРОСА». Можно заметить, что база для устойчивого развития туризма заложена, но реализована не до конца [3].

Одним из инструментов для создания устойчивого развития туризма на отдельной территории считается изучение всех возможных туристических ресурсов, которые в дальнейшем приведут к появлению новых видов туризма на этой территории, которые ранее были там непопулярны. Таким образом, Республика Якутия содержит в себе все предпосылки к формированию высококачественных разнообразных видов туризма.

Поскольку в Якутии имеется много природных ресурсов, то власти данного субъекта России считают перспективным направлением экологический туризм. Здесь расположены 233 особо охраняемые природные территории (далее – ООПТ), общая площадь ООПТ занимает 37,7% территории региона. Но все равно в республике остается нераскрытый потенциал использования ООПТ из-за неразвитой туринфраструктуры.

Кроме того, Якутия занимается разработкой проектов туристско-рекреационного направления. Примером может служить кластер «Лена». В рамках проекта предполагается общее развитие ООПТ. В дополнение рассматривается строительство отелей, строительство транспортной и культурно-развлекательной инфраструктуры в поселениях. С целью развития экотуризма возможно строительство глэмпингов, так как в Якутии существует огромное число уникальных зон в нетронутой окружающей среде, которые никак не раскрыты для того, чтобы развивать массовый туризм. Характерной особенностью глэмпингов является применение их круглый год.

Помимо этого, республика обладает ресурсной базой для того, чтобы развивать этнографический туризм, поскольку здесь осталась самобытная культура коренных народов Севера и их устоявшиеся занятия (оленоводство, коневодство, рыболовство). Кроме того, в республике сформировалась долговременная косторезная и ювелирная школа, работы местных мастеров высоко ценятся на российском и международном рынках. Для развития этнотуризма необходимо реализовать разнообразные тематические туристические продукты и поддерживать коренное население, продвигая среди него предпринимательство. В инфраструктурном смысле требуется предоставить близость транспортной базы к поселениям для путешественников. Помимо этого, нужно привлекать денежные вложения в строительство этнографических селений с применением элементов народных культур и быта, в том числе точки продаж местных сувениров и мастерские.

Что касается развития культурно-познавательного туризма, то в регионе расположены 362 природных и культурно-исторических достопримечательности, включая 87 музеев. Чтобы в будущем развивать устойчивый культурный туризм, следует совершенствовать деятельность объектов туристского показа с использованием последних технологий, вырабатывать программы по подготовке кадрового персонала, развивать цифровые информационные ресурсы и продажу электронных билетов для посещения объектов туристического показа.

Якутия имеет все важные ресурсы для развития сельского туризма: огромное количество лесов, рек, полей притягивают поклонников охоты, рыбалки, пешего туризма. Исторически важные места, увлекательные истории и легенды, культура и быт местного населения создают туристическую базу. Это способствует сочетанию активного отдыха с культурным туризмом [4, с. 13].

Если говорить о событийном туризме в республике, то это активно формирующийся тип туризма. В регионе проходят фестивали «Полюс Холода», цель которого заключается в представлении якутской и эвенкийской культур, «Зима начинается с Якутии», идея которого заключается в единстве северных народов, обмене и продвижении их культуры и традиций. Помимо этого, в республике проходят национальный праздник «Ысыах», выставка «Бриллиантовая неделя Якутии», суть которой заключается в знакомстве гостей с алмазно-ювелирной промышленностью. Интересное и очень современное событие в области моды Якутии – это значимый показ коллекций якутских дизайнеров «Arctic Fashion Show», имеющий большую возможность в будущем быть брендом событийного туризма.



Кроме того, Саха обладает большим потенциалом в области гастрономического туризма. Сегодня в Якутии находятся рестораны якутской местной кухни («Махтал», «Тыгын Дархан», «Муус-Хайа», «РекаОзероЛес»). Кроме того, путешественники смогут побывать в предприятиях общественного питания с этнографической составляющей («Усадьба Атласовых» и «Чочур-Муран»). Туристы попробуют не только местную кухню, но и прикоснутся к якутской культуре. Для популяризации гастротуризма в регионе проводятся гастромероприятие «Вкус Якутии» и праздник «Строганина», заключающийся в состязании между семьями в быстром строгании замороженной рыбы. Во время фестиваля «Вкус Якутии» показывают лучшие блюда якутской кухни и других северных народов. Этот фестиваль направлен на формирование бренда якутской национальной кухни. В целях продвижения гастротуризма необходимо создать собственные гастрономические бренды, которые будут притягивать путешественников в данный регион.

Круизный туризм в Республике Якутия тоже может развиваться благодаря огромному количеству водных ресурсов. Так, уже сейчас существует один из самых известных туров речного круиза – это сплав по одной из самых длинных рек нашей страны до Национального парка «Ленские столбы» и поселка Тикси. С целью круизного туризма в 2018 году прибыло 6,6 тыс. путешественников. Чтобы развивать дальше круизный туризм, следует создавать условия для увеличения числа круизных туроператоров, для обновления инфраструктуры (порты, причальные стенки и др.) и для развития наземной и обеспечивающей инфраструктуры (речные вокзалы, причалы).

Также у республики есть возможность привлекать путешественников в рамках «нишевого» туризма. Так, во время мистического туризма путешественники могут посетить: «Бутылочную скалу», которая излечивает заболевания глаз; «Шаман-дерево», у которого обязательно нужно остановиться и повязать бантик, чтобы дорога была доброй; священные горы Кисилых, где желающие могут излечиться от разных недугов. Большой интерес проявляется к обрядам очищения и благословения – Алгыс, знакомству с эпосом Олонхо [4, с. 19].

Йога-туризм заключается в посещении энергетически заряженных мест живой природы. Например, это священные горы Кисилых, национальный парк «Ленские столбы».

Что касается еще одного «нишевого» сегмента – палеонтологического туризма – этот вид может стать брендообразующим для республики. На территории Якутии было найдено огромное количество останков мамонтов (мамонтовое кладбище «Берелехское»), в 2015 году были найдены два скелета пещерного льва. Данный вид туризма будет привлекать не только путешественников, но и ученых со всего мира.

В пространственном развитии туристической отрасли можно выделить важные туристические территории, которые обладают огромной ресурсной базой для увеличения туристического предложения в республике:

1. Центральная Якутия (г. Якутск и его достопримечательности, Национальный парк «Ленские столбы», рекреационный кластер «Орто – Дойду», сплавы по рекам Синяя, Буотамма и Амга).
2. Южная Якутия (города Нерюнгри и Алдан с их достопримечательностями, термальный источник «Нахот», рафтинг по горным рекам).
3. Арктическая зона Якутии (священные горы Кисилых, порт Тикси, северное сияние, Новосибирские острова).
4. Западная Якутия (г. Мирный и его достопримечательности, кимберлитовая трубка «Мир»).
5. Восточная Якутия (с. Оймякон, трасса «Колыма», гора Муус – Хайа, оз. Лабанкыр, северное сияние).

Необходимо отметить, что сейчас туристическая отрасль Якутии конкурентоспособна только в низкой ценовой группе. В связи с тем, что Саха расположена далеко от других субъектов страны (это основной фактор дороговизны турпродуктов), к сожалению, по республике путешествуют только жители Якутии и узкие группы путешественников (поклонники рыбалки и охоты). Следует отметить, что на сегодняшний день въездной туризм не рас-

сма­три­ва­ет­ся как пред­при­ни­ма­тель­ство для денеж­ных вло­же­ний в ре­ги­он. Для при­в­ле­че­ния ин­ве­сти­ций в ту­ризм не­об­хо­ди­мо про­ра­бо­тать ме­ры по улу­ч­ше­нию си­сте­мы на­ло­го­об­ло­же­ния в об­ла­сти ту­ри­сти­че­ской от­рас­ли.

Важ­ной ча­стью раз­ви­тия со­во­куп­но­го ту­ри­сти­че­ско­го про­дук­та тер­ри­то­рии счи­та­ет­ся соз­да­ние ту­ри­сти­че­ско­го брен­да Яку­тии и от­дель­ных тер­ри­то­рий. Что­бы это­го дос­тичь, нуж­но за­ни­мать­ся мо­ни­то­рин­гом ка­че­ства ус­луг на тер­ри­то­рии, по­вы­шать у­ро­вень пред­ла­га­е­мых ус­луг за счет соз­да­ния мест­ной си­сте­мы управ­ле­ния ка­че­ством ту­ру­слуг, при­в­лекать мест­ное на­се­ле­ние в про­цес­сы соз­да­ния, ока­за­ния и кон­тро­ля ка­че­ства ту­ру­слуг, раз­ра­бо­тать и вне­д­ри­ть про­грам­му рас­про­стране­ния зна­ний в сфе­ре ту­ру­слуг. В бу­ду­щем это по­мо­жет ока­зы­вать влия­ние на при­ня­тие ре­ше­ния о на­прав­ле­нии пу­те­ше­ствия но­вы­ми ту­ри­ста­ми ли­бо о по­вто­р­ной по­ез­д­ке [5].

Сле­ду­ет от­ме­тить, что рос­сий­ское пра­ви­тель­ство уде­ляет вни­ма­ние раз­ви­тию ту­ризма на Край­нем Се­ве­ре стра­ны. Так, в 2022 го­ду в рам­ках рос­сий­ско­го пред­се­да­тель­ства в Арк­ти­че­ском со­ве­те со­сто­ялся ряд ме­ро­прия­тий, на­прав­лен­ных на фор­ми­ро­вание ус­той­чи­во­го ту­ризма в се­вер­ных ре­ги­о­нах. В даль­ней­шем, в 2023 го­ду пла­ни­ру­ет­ся об­суж­дать дан­ную те­му на глав­ных пло­щад­ках фо­ру­ма Фон­да Рос­кон­гресс (Пе­тер­бург­ский ме­жду­на­род­ный э­ко­но­ми­че­ский фо­рум, Вос­точ­ный э­ко­но­ми­че­ский фо­рум и др.). К при­ме­ру, в про­цес­се этих встре­ч пред­по­ла­га­ет­ся про­ве­де­ние фе­сти­ва­ля «Ду­ша Рос­сии». Се­вер». Так Фон­д Рос­кон­гресс пы­та­ет­ся вы­стра­ивать от­но­ше­ния ме­жду ко­рен­ны­ми жи­те­ля­ми Се­ве­ра и биз­нес­ме­на­ми. Их со­вмес­тная де­я­тель­ность по­мо­гает ре­а­ли­зо­вать по­сто­ян­но дей­ст­вую­щую си­сте­му глу­бо­ко­го хо­зяй­ст­вен­но­го изу­че­ния се­вер­ных тер­ри­то­рий [6, с. 34–36].

Мож­но сде­лать вы­вод, что Рес­пуб­ли­ка Яку­тия об­ла­да­ет боль­шим по­тен­ци­алом для ус­той­чи­во­го раз­ви­тия ту­ризма. Но на дан­ный мо­мент он ре­а­ли­зу­ет­ся ма­лы­ми тем­па­ми. Это сви­де­тель­ст­ву­ет о не­до­стат­оч­ном фор­ми­ро­вании ту­ри­сти­че­ско­го пред­при­ни­ма­тель­ства и ин­фра­ст­рук­ту­ры в ре­ги­оне, а так­же о не­зна­чи­тель­ной до­ли при­ни­ма­е­мых ме­рах по раз­ви­тию ус­той­чи­во­го ту­ризма.

Для раз­ви­тия ус­той­чи­во­го ту­ризма тре­бу­ет­ся стро­и­тель­ство ин­фра­ст­рук­ту­ры со­вре­мен­но­го у­ро­в­ня, а имен­но: ре­кон­ст­рук­ция го­сти­нич­но­го фон­да, соз­да­ние раз­влекатель­ных цен­тров, где мож­но бу­дет про­во­дить мас­тер-клас­сы и ком­плек­сное об­слу­жи­вание пу­те­ше­ст­вен­ни­ков, ор­га­ни­за­ция кей­те­рин­га, от­кры­тие су­ве­нир­ных ма­га­зи­нов, мас­тер­ских, ин­фор­ма­ци­он­ных цен­тров. По­ми­мо это­го, не­об­хо­ди­мо стро­и­тель­ство транс­порт­ной ин­фра­ст­рук­ту­ры. Так­же сле­ду­ет раз­ра­ба­ты­вать и вне­д­ри­ть но­вые ту­ри­ст­ские мар­шру­ты, ко­то­рые бу­дут от­ли­чать­ся друг от дру­га. По­доб­ные ме­ры бу­дут спо­соб­ст­во­вать не толь­ко со­ци­аль­но-э­ко­но­ми­че­ско­му раз­ви­тию, но и со­хра­не­нию рек­ре­аци­он­но­го по­тен­ци­ала Рес­пуб­ли­ки Саха (Яку­тия).

### **Список ли­те­ра­ту­ры**

1. Нагай Н.Г. Го­су­дар­ст­вен­ное ре­гу­ли­ро­вание сфе­ры ту­ри­ст­ко-ре­кре­аци­он­ных ус­луг: на при­ме­ре ту­ри­ст­ко-ре­кре­аци­он­но­го ком­плек­са ЮФО, ав­то­ре­фе­рат дис­с. ... на со­искание ученой сте­пени кан­ди­дата э­ко­но­ми­че­ских наук. – Шахты, 2005. – 28 с.
2. То­то­но­ва Е.Е. Ту­ризм на Се­ве­ре Рес­пуб­ли­ки Саха (Яку­тия): опыт гео­гра­фичес­ко­го мо­де­ли­ро­вания. – Якутск: Из­да­тель­ский дом СВФУ, 2016. – 188 с.
3. Офи­ци­аль­ный сайт Фе­де­раль­ной служ­бы го­су­дар­ст­вен­ной ста­ти­сти­ки [Элек­трон­ный ре­сур­с]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistic>
4. Та­расен­ко А.В. Пра­ви­тель­ство Рес­пуб­ли­ки Саха (Яку­тия): О Ст­ра­те­гии раз­ви­тия ту­ризма в Рес­пуб­ли­ке Саха (Яку­тия) на пе­ри­од до 2025 го­да. – Рес­пуб­ли­ка Саха (Яку­тия), 2020. – 51 с.
5. Фе­де­раль­ная служ­ба го­су­дар­ст­вен­ной ста­ти­сти­ки Рес­пуб­ли­ки Саха (Яку­тия) [Элек­трон­ный ре­сур­с]. – URL: <http://sakha.gks.ru/>
6. Ми­неев В.В. Оцен­ка ту­ри­ст­че­ско­го по­тен­ци­ала и пер­спек­тив его ис­поль­зо­вания в Рес­пуб­ли­ке Саха (Яку­тия) // Ев­разий­ский На­уч­ный Жур­нал. – 2018. – № 7. – С. 1–118.

Tatiana Vasilevna Gorinova,  
Student,  
Adelia Ildarovna Khairullina,  
Student,  
Ildar Sarvarovich Kabirov,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russian Federation

## TOURISM AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE TERRITORIES OF THE REPUBLIC OF SAKHA (YAKUTIA)

**Abstract.** In this piece the sustainable development of tourism in the Republic of Sakha (Yakutia) is studied. This region has great potential for tourism development. Natural resources which contribute to the formation and further development for various types of tourism in the territory are scrutinized. In addition, statistical data on tourism were analyzed. The main tourist areas have been identified, which allow developing tourism here. Recommendations are given to improve sustainable tourism in the republic.

**Keywords:** sustainable tourism, Republic of Sakha (Yakutia), natural resources, developed projects, tourism

УДК 338.48

Светлана Валерьевна Гранкина,  
к. э. н., доцент,  
Самарский государственный технический университет,  
Самара

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТСКОГО РЫНКА САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

**Аннотация.** В статье представлена характеристика туристского рынка Самарской области в разрезе видов туризма, факторов, способствующих его развитию, организаций, задействованных в этой сфере и турпотока. По оценкам экспертов и на основании статистических данных было установлено, что наличие совокупности ресурсов, а также инфраструктурных и промышленных объектов способствуют дальнейшему развитию делового, событийного, круизного и пляжного, активного, культурно-познавательного туризма. Перспективы развития туротрасли также обусловлены инициативами со стороны государства и частного бизнеса.

**Ключевые слова:** туристский рынок Самарской области, виды туризма, деловой, рекреационный, событийный, экологический туризм, туристский поток, туристская инфраструктура

На современном этапе туристский рынок Самарской области характеризуется как разнообразием представленных видов туризма, так и разнообразием предоставляемых туристских услуг. В настоящее время успешно развиваются оздоровительный, экологический, паломнический, познавательный, туризм. Наличие природных, рекреационных ресурсов, а также инфраструктурных и промышленных объектов позволяют развивать деловой, событийный, круизный и пляжный, активный, культурно-познавательный, туризм.

Развитие делового туризма обусловлено, прежде всего, транспортной доступностью Самарской области: функционируют международный аэропорт, Куйбышевская железная дорога, речной порт; разнообразием средств размещения и площадок по проведению деловых мероприятий (насчитывается более 450 средств размещения разного типа, в некоторых из них имеются конференц-залы, например, только в Lotte Hotel Samara имеется 11 залов для проведения мероприятий). Значительная часть средств размещения и деловых площадок размещена в Самаре и Тольятти, однако, возможно проведение деловых мероприятий и вне городского пространства – на территории области имеются загородные клубы, парк-отели.

Количество проводимых в регионе событий позволило ему в 2021 году занять 9 место в специальном рейтинге событийного потенциала регионов. Кроме того, представители са-

марского MICE-туризма (предприятия гостиничного сектора, агентства по обслуживанию корпоративных клиентов в туристском секторе, конгрессные центры и другие) пытаются получить признание своих заслуг в области делового туризма – подают заявки на получение премии в области делового туризма – Russian Business Travel & MICE Award, тем самым способствуя формированию имиджа Самарской области как центра делового туризма [1].

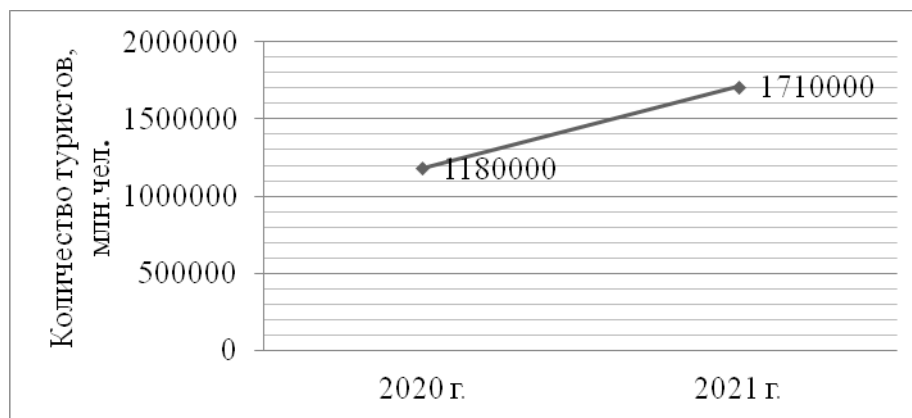
Рекреационный туризм развивается благодаря природно-климатическим условиям – большая часть санаториев, профилакториев, баз отдыха расположена на берегу реки Волга. Водные ресурсы территории способствовали развитию круизного и экстремального туризма. Дайвинговые центры (по данным из открытых источников только в Самаре насчитывается порядка 15), вейкборд-клубы (по данным из открытых источников только в Самаре можно покататься на водной доске не менее чем в 8 клубах) являются инфраструктурными объектами по развитию активного экстремального туризма. В планах министерства туризма Самарской области на 2023 год совместное участие с частным бизнесом в мероприятиях по благоустройству пляжей, созданию новых туристских маршрутов.

Если говорить об экологическом туризме, то наиболее привлекательным природным объектом стала Могутова гора в Самарской Луке [2].

Расположенные на территории Самарской области учреждения культуры и искусства (театры, музеи, памятники архитектуры, храмы) позволяют рассматривать ее как центр развития культурно-исторического туризма. Туристам, которые заинтересованы в военной истории, могут увидеть памятники военного времени, посетить бункер Сталина.

В целом, на туристском рынке Самары и Самарской области на сегодняшний день насчитывается свыше 2000 организаций, среди которых существенную долю занимают туристские агентства, реализующие турпакеты, подготовленные туроператорами. Именно они непосредственно взаимодействуют с туристами, подбирая для них туристские услуги на территории региона.

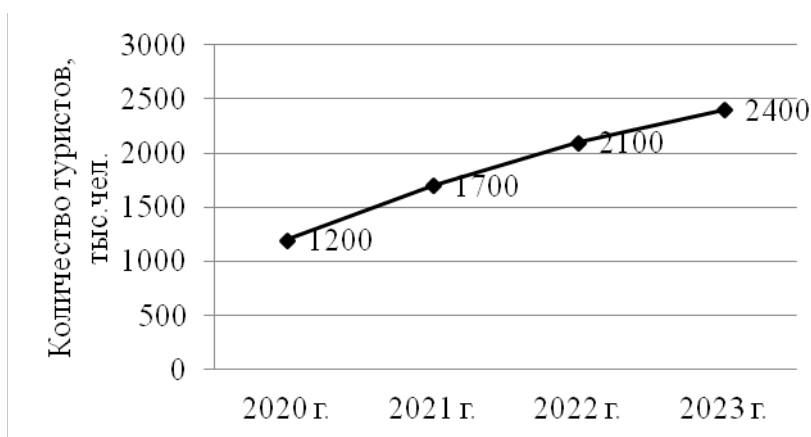
Согласно данным департамента туризма Самарской области, в 2021 году туристский поток в регионе возрос на 30,2% по сравнению с 2020 годом и превысил 1 млн 710 тыс. человек (рис. 1).



**Рис. 1. Динамика туристского потока в Самарскую область за 2020, 2021 гг.**

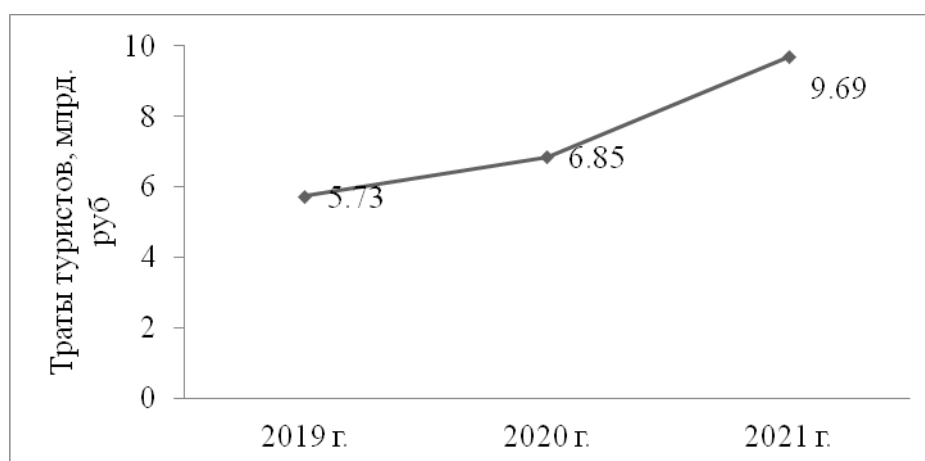
Больше всего туристов приезжают в Самарскую область из Москвы, Санкт-Петербурга, Ульяновской и Оренбургской областей, Республик Башкортостан и Татарстан и так далее. Привлекательными для туристов, посещающих Самарскую область, являются такие месяцы, как август, сентябрь, октябрь – именно в это время наблюдается максимальное число туристов, средний срок пребывания туриста на территории области – четыре дня [3].

За 6 месяцев 2022 года турпоток в Самарскую область составил порядка 1,2 млн человек, что составило 128 % от турпотока за 6 месяцев 2021 года. Представим прогнозные значения турпотока в Самарской области на основе статистических данных и экспертной оценки (рис. 2) [4].



**Рис. 2. Динамика туристского потока в Самарской области, 2020-2021 гг., прогноз на 2022–2023 гг.**

Положительным также является динамика такого показателя, как траты туристов. В 2021 году этот показатель составил 9,69 млрд руб. – по сравнению с 2020 годом он увеличился на 41,5 % (в абсолютных единицах составлял 6,85 млрд руб.), а по сравнению с 2019 годом возрос на 68,9 % (в абсолютных единицах составлял 5,73 млрд рублей). Данные представлены на рис. 3.



**Рис. 3. Динамика трат туристов за 2019–2021 гг.**

Исходя из представленных данных, можно сделать вывод о развитии Самарской области в качестве туристского объекта.

Несмотря на негативные последствия карантина и пандемийных ограничений, туризм продолжает быть источником дохода для бюджета области: туристская сфера дает около 13,9 млрд рублей налоговых поступлений, из которых 3,8 млрд пополняют бюджет региона [4].

Важным условием развития туризма является модернизация туристской инфраструктуры – при участии корпорации «Туризм.РФ» запланировано создание новых средств размещения на территориях национального парка «Самарская Лука» и памятника природы «Соколы Горы».

Способствует развитию туристской отрасли и государственные программы – в 2021 году начала действие программа по развитию сферы туризма и гостеприимства, ключевой целью которой является повышение узнаваемости региона, формирование инфраструктуры, специальных сервисов и программ для туристов, а также продвижение новаторских проектов и инициатив в туристской сфере. Корпорация «Туризм.РФ» получила полномочия агента по управлению земельными участками, что позволит ускорить процесс создания новой туристской инфраструктуры [5].

Осуществляется поддержка регионального туристского сектора средствами из федерального бюджета, например, фестиваль активного отдыха «Жигулевское море» в 2023 году получит финансирование не только из регионального, но и федерального бюджета.

Присутствует грантовая поддержка. В 2021 году в области были реализованы на основе финансирования из бюджета общественных и предпринимательских инициатив проекты по оснащению уже существующих и созданию новых глэмпингов, разработаны новые веломаршруты. Со стороны федерального агентства по туризму в 2023 году область получит 250 млн рублей на создание и развитие инфраструктуры кемпингов, пляжных территорий, электронных путеводителей [5].

Все эти мероприятия позволят ослабить влияние на самарский туризм таких негативных факторов, как невысокий уровень развития туристской инфраструктуры и сервиса. По данным национального туристского рейтинга Самарская область стала улучшать свои позиции как туристский центр с 2020 года – если сравнивать с 2019 годом, то регион поднялся с 20 строки на 14, а в 2021-м вошел в первую десятку самых популярных направлений внутреннего туризма.

Самарская область довольно популярна среди туристов, имеет дальнейшие перспективы для развития туристской отрасли, а туристская отрасль, в свою очередь, может стать одним из значимых источников экономического развития территории. В перспективе, по оценкам экспертов, внутренний туризм к 2030 году может насчитывать до 140 млн туров и экскурсий в год, местом для которых также будет и Самарская область, что, безусловно, обеспечит повышение мультипликативного эффекта от туризма. Для этого Самарская область как туристский центр характеризуется в настоящее время благоприятными факторами для его повышения (наличие туристской инфраструктуры, природных ресурсов, активный туристский поток в регион), а наличие новых инициатив со стороны государства и частного бизнеса позволят рассчитывать на его дальнейший рост.

### Список литературы

1. Полянская А. Самарская область для делового туризма: возможности и преимущества // Официальный сайт Ассоциации Туроператоров [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.atorus.ru/> (дата обращения: 13.11.22).

2. Федоров М. Аналитика: самая востребованная у туристов достопримечательность Самарской области // Другой город [Электронный ресурс]. – URL: <https://drugoigorod.ru/most-popular-tourist-attraction-in-samara-region/> 3. В департаменте туризма Самарской области подвели итоги 2021 года // Официальный сайт Правительства Самарской области [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.samregion.ru/> (дата обращения: 13.11.22).

4. Официальный сайт «Национальные проекты» – информационный ресурс [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/news/okolo-1-2-milliona-turistov-otdokhnuli-v-samarskoj-oblasti-za-polgoda> (дата обращения: 13.11.22).

5. Ситрова М. В Самарскую область направят более 250 млн рублей на развитие туризма // Самарская газета [Электронный ресурс]. – URL: <https://sgpress.ru/news/357263> (дата обращения: 13.11.22).

Svetlana Valeryevna Grankina,  
PhD, Assistant Professor,  
Samara State Technical University,  
Samara, Russia

### CURRENT STATE OF THE SAMARA REGION TOURIST MARKET

**Abstract.** The article presents the characteristics of the tourist market of the Samara region in the context of types of tourism, factors contributing to its development, organizations involved in this area and the tourist flow. According to experts and based on statistical data, it was found that the availability of a

combination of resources, as well as infrastructure and industrial facilities contribute to the further development of business, event, cruise and beach, active, cultural and educational tourism. The prospects for the development of the tourism industry are also conditioned by initiatives from the state and private business.

**Keywords:** tourist market of the Samara region, types of tourism, business, recreational, event, ecological tourism, tourist flow, tourist infrastructure

УДК 379.851

Анжелика Сергеевна Журова,  
студент,  
Юлия Евгеньевна Холодилина,  
к. э. н., доцент,  
Оренбургский государственный университет,  
Оренбург, Россия

## ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ДЖАЙЛОО-ТУРИЗМА В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

**Аннотация.** В данной статье рассматривается понятие джайлоо-туризма. Дано обоснование необходимости внедрения и развития джайлоо-туров. Определена территория размещения туристов – Адамовский район в связи с наличием таких ресурсов, как природный потенциал, удобное транспортное сообщение, этнографическая особенность жизнедеятельности местного населения – казахов. В качестве туристического местоположения было выбрано урочище Рыбный (старое поселение казахского народа). Практическая значимость представлена разработанным джайлоо-туром, который может быть реализован в Оренбургской области.

**Ключевые слова:** джайлоо-туризм, Оренбургская область, туризм, экологический туризм, этнический туризм, ресурсный потенциал

Каждый год возникают новые направления туризма. Одним из таких молодых направлений является джайлоо-туризм – вид активного отдыха, который подразумевает отказ от благ цивилизаций с возможностью познать быт и культуру этноса, а также насладиться природными объектами. Развитие новых направлений способствуют повышению конкурентоспособности региона на рынке туризма, а также повышает привлекательность региона. Однако, рынок джайлоо-туров очень скуден ввиду малоразвитости и недостаточной изученности данного направления. Данные факты обуславливают актуальность исследования и необходимость развития джайлоо-туризма.

Главной целью мероприятий, представленных в статье, является выявление особенностей использования ресурсного потенциала территории для развития джайлоо-туризма в Оренбургской области; развитие туристской деятельности на территории урочища Рыбный Адамовского района. Для достижения чего необходимо решить следующие задачи:

- выделить особенности организации джайлоо-туризма на территории Оренбургской области;
- разработать комплекс мероприятий по развитию и организации джайлоо-туризма на территории Адамовского района;
- проанализировать социально-экономическую эффективность предложенных рекомендаций и мероприятий.

«Джайлоо-туризм – это один из самых молодых видов активного отдыха. Такие путешествия устраиваются в уголки планеты, население которых цивилизация коснулась лишь в минимальной степени. Благодаря этому уставший от городской суеты и шума житель мегаполиса, имеет возможность некоторое время пожить в примитивных или даже первобытных условиях» [3].

Количество как джайлоо-туров, так и туристических компаний, предлагающих интересные джайлоо-маршруты в различных уголках мира, с каждым днем увеличивается. Все это подтверждает необходимость всестороннего изучения данного вида туризма и внедрения его на внутренний рынок туризма Оренбургской области.

Оренбургская область обладает уникальной природой, которая предоставляет возможность сочетания этнокультурного туризма с экотуризмом, что является главным для создания джайлоо-туров. Создавая на местах, находящихся на грани исчезновения сельских поселений с привлекательным природным ландшафтом этнографические поселения, можно не только сохранить культуру и самобытность исчезающих народов, но и путем создания рабочих мест препятствовать распаду населенных пунктов [1].

Адамовский район располагает большим количеством ресурсов для организации джайлоо-туризма [4]:

- богатый природный потенциал области (Карабутацкая степь, Карагачская степь, урочище «Шийлиагач» и т. д.);
- удобное транспортное сообщение как между населенными пунктами в районе, так и за его пределами;
- наличие этнографической особенности жизнедеятельности местного населения – казахов.
- территориальная близость с Казахстаном.

В данной статье представлен джайлоо-тур «Орынбор даласы», название которого с казахского переводится как «Оренбургская степь». Данный тур предполагает размещение на территории старого поселения казахского народа – урочища Рыбный Адамовского района в юрте.

Данный тур будет интересен следующему сегменту:

- людям, которые хотят отдохнуть от городской суеты;
- людям, изучающим культуру и быт тюркского народа;
- любителям экстремального туризма;
- местным жителям.

Период осуществления данного тура: май – сентябрь в связи с тем, что джайлоо-туры организуются на пастбищах именно в данные месяцы.

Трансфер. Данный тур предусматривает, что туристы самостоятельно будут добираться до урочища Рыбный.

Размещение. Казахская юрта – традиционное жилище, существующее с древности, используется до настоящего времени. Юрта полностью удовлетворяет потребностям кочевника в силу своего удобства и практичности.

Личная гигиена. На территории, предназначенной для размещения туристов, должны быть установлены туалетные и душевые кабинки возле каждой юрты.

Питание. Меню включает в себя блюда национальной казахской кухни, некоторые из которых готовятся совместно с туристами.

Мастер-класс по приготовлению национальных казахских блюд будет проходить в общей юрте, проводить его будут работники кухни. Блюда, которые должны будут приготовить туристы: бешбармак, бурсаки, казы.

Развлекательная программа представляет собой активные игры на открытом пространстве и музыкальную программу, которая включает в себя прослушивание национальных казахских песен под звучание домбры. Также участникам тура будут рассказаны легенды народного творчества казахов.

Таблица 1

**Программа джайлоо-тура «Орынбор даласы»**

<b>Программа джайлоо-тура «Орынбор даласы»</b>	
<b>1-й день (пятница)</b>	
15:00	Заселение туристов в юрты
15:30	Самостоятельная прогулка по местным окрестностям
17:00	Ужин
19:00	Наблюдение за выпасом домашних копытных животных (овцы, коровы, лошади)
19:30	Катание на лошадях
20:00	Распитие кумыса



<b>Программа джайлоо-тура «Орынбор даласы»</b>	
20:30	Свободное времяпрепровождение
22:00	Отбой
<b>2-й день (суббота)</b>	
9:00	Подъем
9:30	Завтрак
10:00	Наблюдение за казахскими национальными активными играми на лошадях (сбивание тымака, кыз куумай и т.д.)
11:30	Приготовление национальных блюд в общей юрте
13:30	Обед
16:00	Принятие участие в активных играх с другими туристами (байга, аксуйек и т.д.)
17:30	Ужин
18:30	Развлекательная программа (рассказы местного населения, игра на домбре, казахские национальные песни)
22:00	Отбой
<b>3-й день (воскресенье)</b>	
10:00	Подъем
10:30	Завтрак
11:30	Свободное времяпровождение
13:30	Обед
15:00	Выселение из юрт

Джайлоо-тур «Орынбор даласы» рассчитан на 20 человек при условии, что в каждой юрте 4 спальных места, и таких юрт для проживания туристов на территории урочища Рыбный – 5 шт., также необходима юрта для персонала. Аренда данного жилища вместе со спальными принадлежностями, посудой, скатертями и т. д. за 3 дня тура составит 8 000 рублей. Калькуляция затрат данного тура представлена в табл. 2.

Таблица 2

**Калькуляция затрат джайлоо-тура «Орынбор даласы» на 20 человек**

№ п/п	Наименование калькуляционных статей	Показатели	
		в %	в стоимостном выражении
1	Проживание	442,1	40 000
2	Питание	42,1	40 000
3	Услуги инструктора и работников кухни	110,5	10 000
4	Услуги организаторов развлекательной программы	55,3	5 000
5	<b>ИТОГО прямых затрат</b>	<b>1100</b>	<b>95 000</b>
6	Затраты на рекламу и продвижение тура	220,5	19 500
7	Косвенные расходы туроператора	111	10 450
8	Агентское вознаграждение	77	6 650
9	Полная себестоимость		131 600
10	Прибыль туроператора	110	13 160
11	Стоимость обслуживания группы		144 760
12	Стоимость (цена) одной туристской путевки		7 250
13	Налог на прибыль	220	2 632
14	Чистая прибыль		10 528

Таким образом, с учетом того, что НДС на туристские услуги составляет 20 % и прибыль составляет 20 %, стоимость одной туристической путевки джайлоо-тура «Орынбор даласы» будет составлять 7250 рублей, а чистая прибыль от данного джайлоо-тура равняется 10 528 рублям. Значит, затраты по сбыту и реализации окупятся уже через 10 таких поездок.

Социальный и экономический эффекты:

– для туриста: возможность отдохнуть от городской среды, изучить культуру и быт тюркского кочевого народа, представить себя в роли кочевника, восстановить физические и моральные силы;

– для организаций (конные школы, спортивные учреждения, этнические общества): активизация обучающихся, сбор новой информации о фольклоре казахского народа, проведение тематических мероприятий, увеличение потока посетителей одновременно, привлечение иностранных туристов и инвесторов;

– для Адамовского района: сохранение культурных ценностей казахского народа, создание «места силы» казахского народа на территории поселения кочевого народа, формирование благоприятного имиджа района, создание дополнительных рабочих мест;

– для Оренбургской области: активизация местного населения региона, формирование регионального спроса на туристские услуги, создание новых рабочих мест, разработка новых туристских маршрутов и туристических проектов, привлечение иностранных туристов.

### Список литературы

1. Амелин В. В. Оренбуржье: перспективы этнокультурного развития. – Межинститут. Центр этнополит. исслед. ин-та этнологии и антропологии РАН и Ин-та упр. ОГАУ. – Оренбург: ОГАУ, 2009. – 146 с. – ISBN 978-5-88838-521-0

2. Гаврилова Е. А. Культурный туризм как фактор развития Оренбургской области // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы междунар. заоч. науч. конф. (Москва, апрель 2011 г.). Т. II / под общ. ред. Г. Д. Ахметовой. – М.: РИОР, 2011. – С. 201–203.

3. Дергачева А. С., Безуглова М. С. Мировой опыт в проведении джайлоо-туризма: материалы XI Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: инновации и ГИС-технологии». – Астрахань, 2017. – С. 21–24.

4. Чибилева В. П. Оценка рекреационного потенциала южных районов Оренбургской области в контексте пространственного планирования // Вестник Оренб. гос. ун-та. – 2011. – № 8. – С. 258–261.

Anzhelika Sergeevna Zhurova,  
Student,  
Yulia Evgenyevna Kholodilina,  
PhD, Associate Professor,  
Orenburg State University,  
Orenburg, Russia

### FEATURES OF USING THE RESOURCE POTENTIAL OF THE TERRITORY FOR THE DEVELOPMENT OF JAILOO TOURISM IN THE ORENBURG REGION

**Abstract.** This article discusses the concept of jailoo tourism. The justification of the need for the introduction and development of jailoo tours is given. The territory of tourist accommodation – Adamovsky district has been determined due to the availability of such resources as natural potential, convenient transport links, ethnographic feature of the local population – Kazakhs. The Rybny tract (the old settlement of the Kazakh people) was chosen as a tourist location. The practical significance is represented by the developed jailoo tour, which can be implemented in the Orenburg region.

**Keywords:** jailoo tourism, Orenburg region, tourism, ecological tourism, ethnic tourism, resource potential

Татьяна Владимировна Ильина,  
студент,  
Светлана Михайловна Васина,  
канд. ист. наук, доцент,  
Поволжский государственный технологический университет,  
Йошкар-Ола, Россия

## СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ: АНАЛИЗ И ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ

**Аннотация.** Сельский туризм приносит положительный эффект для развития макроэкономики. Данный вид туризма в частности, как и туризм в целом, способствует притоку денежных средств, создает новые рабочие места. На современном этапе происходит становление сельского туризма в России. В данной статье проанализированы особенности и перспективы развития сельского туризма в Республике Марий Эл.

**Ключевые слова:** сельский туризм, экономика, Республика Марий Эл, ресурсы

Сельский туризм дает человеку возможность познакомиться с культурным наследием народа, прикоснуться к его истокам.

Проживание в сельской местности дополняется разнообразными видами деятельности: развлекательными (охотой, ловлей рыбы, сбором ягод, грибов и трав). В плане познавательной деятельности стоит выделить знакомство с наследием территории в плане ее культурно-исторических, природных, этнографических особенностей. Есть возможности для туристов укрепить свое здоровье, обращаясь к купанию, занятиям физическим трудом, походам, конным прогулкам как оздоровительному виду деятельности. Таким образом, совокупность вышеназванных факторов позволяет рассматривать туризм в Марий Эл как многосоставный продукт, который соединяет в себе сельский, детско-юношеский, водно-круизный, лечебно-оздоровительный, социальный, рекреационный, активный, этнографический, экологический и культурно-познавательный виды туризма.

Республика Марий Эл рассматривается как один из наиболее экологически чистых регионов европейской части России. Это подтверждают чистые реки и озера, смешанные леса республики. Значительный интерес у туристов вызывают культура, обычаи и традиции марийского народа, в особенности в части сохранения языческой религии. В Марий Эл активно развивается сельское хозяйство.

В Марий Эл имеются рекреационные ресурсы для развития сельского туризма. Необходимо отметить, что в отличие от других видов туризма сельский туризм быстро окупается. Таким образом, налицо его важная роль в экономике Марий Эл: он задействует все экономические ресурсы республики. Велика его социальная значимость [1, с. 35]. В результате поступательного развития сельского туризма увеличиваются возможности для решению проблемы безработицы в сельской местности. Параллельно ускоряется и развитие других, смежных индустрий – сбора грибов и ягод или выпуска сувенирной продукции. Вдобавок, сельский туризм в Марий Эл может выступать как один из внутренних драйверов для инвестиций в развитие сельского хозяйства.

В ходе развития сельского туризма в республике происходит разработка нового туристического продукта. Это видится в качестве одной из главных целей для названной отрасли туризма. В результате, появится возможность для изучения историко-культурной, экономической, природной особенностей республики, а также дополнить существующее предложение для привлечения туристов из других регионов [2, с. 195].

В структуре экономики Республики Марий Эл значительна роль агропромышленного комплекса (АПК). Экономическая жизнь и социальная ситуации в республике во многом зависят от АПК. Удельный вес АПК в валовом региональном продукте составляет более 20 %. В сельской местности проживает 34 % населения республики [1, с. 40]. По приросту валовой

продукции сельского хозяйства Республика Марий Эл занимает 1-е место в Приволжском федеральном округе и четвертое место в России.

Наиболее многообещающими для развития туризма на территории Республики Марий Эл являются следующие районы: Горномарийский, Волжский, Звениговский, Медведевский, Мари-Турекский, Параньгинский, Сернурский. Комплексному развитию сельского туризма в Марий Эл, составными частями которого являются агротуризм, рекреационный, активный, этнографический, культурно-познавательный, способствует совокупность природного, организационного и социального факторов.

Результатом развития сельского туризма на территории Республики Марий Эл видится положительная роль данного вида туризма в регулировании экономических и социальных проблем, характерных для сельской местности. Как представляется, сельский туризм гарантирует рост продуктового ассортимента приусадебного хозяйства, улучшает образовательный процесс сельского населения, содействует росту доходов и улучшению уровня жизни на селе при невысоких затратах, может выступать прямым источником бюджетных поступлений.

В целях создания условий для развития внутреннего и въездного туризма принята Стратегия развития туризма в Республике Марий Эл на период до 2025 года, утвержденная распоряжением Правительства Республики Марий Эл от 31 мая 2018 года № 330-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Республике Марий Эл на период до 2025 года» [2, с. 194].

Стратегия разработана с учетом целей и приоритетов социально-экономического развития Российской Федерации и Республики Марий Эл и выступает как инструмент формирования программ и планов развития органов исполнительной власти Республики, туристских организаций и бизнеса разных уровней, ориентации предпринимательской инициативы граждан в сфере туризма. Также Стратегия предусматривает комплексный подход для решения проблем в сфере сельского туризма, к которым относятся:

- недостатки туристской и обеспечивающей инфраструктуры, недостаточный уровень сервиса;
- недостаток комплексных туров по Республике Марий Эл;
- незначительный уровень использования туристского потенциала Республики туроператорами;
- недостаточное развитие рекреационных услуг для туристов;
- необходимость совершенствования нормативно-правовой базы в сфере туризма;
- отсутствие кадров в сфере социально-культурного сервиса и туризма.

Несмотря на указанные проблемы в данной сфере, сельский туризм не останавливает свое развитие: открываются туристические информационные центры, формируются новые туристические продукты. С каждым годом прослеживается положительная динамика въезда туристов, однако, доля иностранных туристов (среди общего количества туристов Республики) остается низкой (ежегодно не более 2 %) [3]. В связи с этим важным становится продвижение туристских ресурсов Республики Марий Эл на мировом рынке.

На данный момент, перспективным в Республике Марий Эл является формирование региональной сети туристско-информационных центров и совершенствование системы туристской навигации на территории Республики с целью расширения возможностей использования ориентирующей информации при осуществлении туристской деятельности и повышения качества предоставляемых услуг. Доступность отдыха для разной категории отдыхающих, в том числе индивидуальных туристов и людей с ограниченными возможностями, повысит также единая информационная площадка по услугам в сфере туризма с созданием регионального туристского портала, выделением зон бесплатного Wi-Fi, использованием QR-кодов и мобильных приложений, систем онлайн-бронирования и продажи туристских услуг Республики в сети «Интернет».

Таким образом, предпринятые и планируемые меры государственного регулирования в сфере развития сельского туризма, должны существенно повлиять на развитие туристской инфраструктуры в селах, продвижение национального туристского продукта на внутреннем

и международном рынках, способствовать развитию предпринимательской деятельности в данной сфере.

Республика Марий Эл интересна для туристов своей прекрасной природой, чистым воздухом, интересной историей и культурой, но, несмотря на это, доля сельского туризма в ней пока невелика и на сегодняшний день составляет 1,5–2 % [2, с. 195]. По предварительным расчетам, реализация окружного проекта позволит к 2030 году создать 1000 новых рабочих мест, привлечь 4 млрд рублей внебюджетных инвестиций, увеличить количество туристов и экскурсантов до 1,7 млн в год [3]. При создании необходимых условий и развитии инфраструктуры сельского туризма мы будем наблюдать устойчивое развитие сферы сельского туризма в Республике Марий Эл и интеграцию туристских продуктов не только на внутренний, но и на мировой рынок.

### Список литературы

1. Лебедева И.В., Копылова С.Л. Методическое пособие «Сельский туризм как средство развития сельских территорий». – М.: АНО «АРСИ», 2018. – 164 с.
2. О внесении изменения в постановление Правительства Республики Марий Эл от 17 января 2018 г. № 12 «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития республики Марий Эл на период до 2030 года»: Постановление Правительства Республики Марий Эл от 5 ноября 2019 г. № 339. – 311 с.
3. Министерство молодежной политики, спорта и туризма Республики Марий Эл / Основные достижения работы ведомства за 2017–2021 годы [Электронный ресурс]. – URL: <https://potokmedia.ru/longread2/390509/molodezhnaya-politika-sport-i-turizm-itogi-pyati-let-v-marij-el> (дата обращения: 10.11.22).

Tatiana Vladimirovna Ilyina,  
Student,  
Svetlana Mikhailovna Vasina,  
PhD, Associate Professor,  
Volga Region State Technological University,  
Yoshkar-Ola, Russia

### RURAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF MARI EL: ANALYSIS AND DEVELOPMENT ASSESSMENT

**Abstract.** Rural tourism brings a positive effect for the development of macroeconomics. This type of tourism in particular, as well as tourism in general, contributes to the inflow of funds, creates new jobs. At present, the formation of rural tourism in Russia is taking place. This article analyzes the features and prospects of rural tourism development in the Republic of Mari El.

**Keywords:** rural tourism, economy, Republic of Mari El, resources

УДК 339.138

Лаура Батрадзовна Кадзаева,  
Александра Николаевна Тимохович,  
к. психол. н., доцент,  
Государственный университет управления,  
Москва, Россия

### ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ: ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ

**Аннотация.** В статье затрагивается проблематика формирования имиджа территории. Рассмотрена типология субъектов, оказывающих влияние на формирование имиджа территории в Интернет-пространстве. Описаны барьеры в построении коммуникаций по продвижению территорий.

**Ключевые слова:** имидж территории, интернет-коммуникации, геобрендинг, туристический бренд, коммуникационные инструменты

Геобрендинг представляет собой создание и последующее продвижение бренда города, территориального субъекта. Основной задачей геобрендинга является создание положительного образа, имиджа территории в сознании людей. Формирование положительного имиджа города или региона в последствии окажет воздействие на увеличения туристического потока, а также на привлечение инвестиционного капитала в регион.

Ф. Котлер определяет имидж территории как совокупность убеждений, представлений и впечатлений людей в отношении города, региона [1, с. 72]. В 1993 г. в работе «Маркетинг территорий» Д.Хайдер, Ф.Котлер и И.Рейн представили концепцию, суть которой заключается в том, что в современном мире граждане становятся потребителями, а территории (города, регионы и страны) – товарами. При продвижении территорий обозначены четыре направления развития – имиджевое, инвестиционное, туристическое и учет социальной привлекательности [3, с. 89].

В эпоху стремительного развития интернет-технологий и доминирования социальных сетей, без которых сложно сейчас представить обыденную жизнь, возрастает количество субъектов, влияющих на формирование имиджа территории.

В настоящей статье рассмотрим типологию субъектов, оказывающих влияние на формирование имиджа территории в интернет-пространстве, а также барьеры в построении коммуникаций по продвижению территорий.

К основным субъектам, оказывающим влияние на формирование имиджа территорий, относятся: региональные и муниципальные органы власти, СМИ (как местные/региональные, так и федеральные), общественные организации, бизнес-структуры, городские учреждения (культурные, образовательные и т. д.), жители местности.

К первой категории субъектов, влияющих на формирование имиджа территории, отнесем субъекты, непосредственно генерирующие контент, прямо или косвенно связанный с формированием имиджа территорий. Практически каждый человек может так или иначе вносить вклад в формирование имиджа территории. Например, в области интернет-коммуникаций блогеры, вне зависимости от продуцируемого ими контента, имеют широкие возможности формирования имиджа региона (ряд авторов могут вести блог или сайт непосредственно о регионе и таким образом повышать осведомленность аудитории; другие авторы создают видеоматериал о своем городе и размещают его на видеохостингах и т.п.). Если публичная личность преднамеренно или случайно демонстрирует свою связь с определенным городом/регионом, то через восприятие транслируемой публичной личностью информации у одной части аудитории будет происходить знакомство с местностью, у другой части аудитории – расширение знаний о местности, у третьей части аудитории будет формироваться определенное отношение к региону.

Вторая категория субъектов – это пользователи интернета, которые активно используют размещаемый контент и оставляют след в цифровом пространстве. Данная категория субъектов оценивает, рецензирует, критикует размещаемый на разных интернет-ресурсах контент: оставляет отметки «нравится»/ «не нравится»; комментирует посты; делится информацией, размещаемой в интернете, с другими участниками взаимодействия; размещает отзывы на тематических сайтах, связанных с определенной территорией.

Третью категорию субъектов представляют люди, которые пассивно воспринимают контент посредством наблюдения: читают публикации, статьи, отслеживают отзывы, интересуются мнениями других людей, смотрят видеоролики, собирают в интернете информацию различными способами. Выделенные категории субъектов имеют непосредственное отношение к формированию имиджа определенного города, региона или территории.

Существует представление о том, что типичным способом продвижения территорий в России является создание туристического бренда региона. Разработка туристического бренда региона включает в себя разработку айдентики (логотипы, паттерны, создание бренд-бука) и

дальнейшее внедрение айдентики на улицы города (билборды, размещение на зданиях, остановках и пр.), упоминание айдентики в СМИ [2, с. 93]. Следует отметить, что целью и конечным результатом брендинга территории должно быть полное видение бренда и создание или изменение представления об имидже города или региона в сознании представителей целевых групп или широких групп общественности. Одной из основных проблем геобрендинга в России является низкая эффективность разработанных проектов. Многие проекты в области геобрендинга остаются на стадии разработки, то есть не внедряются на определенных территориях.

Игнорирование или непринятие современных трендов и новаторских разработок в области цифровизации представляет собой барьер, который мешает выстроить правильную и эффективную коммуникацию с жителями региона и его гостями. На сегодняшний день существует широкое разнообразие digital-инструментов, с помощью которых можно повышать узнаваемость региона и выстраивать коммуникацию с аудиторией в интернет-пространстве [4, с. 303]. Не каждая административная единица активно использует интернет-пространство для построения устойчивого взаимодействия с жителями региона или с потенциальными гостями региона.

Большинство городов и регионов России имеют свои официальные сайты и аккаунты в социальных сетях. Если рассматривать эти ресурсы с точки зрения информационной наполняемости, дизайнерского оформления, то сложно будет отнести материалы, размещаемые на данных ресурсах к пользовательскому контенту. Представители властных структур, принимая решение о структуре и содержании размещаемого контента на официальных сайтах и аккаунтах городов/регионов в социальных сетях в большей степени акцентируют внимание на экономических и социальных аспектах, в то время как население региона и посещающие регион туристы интересуют другие темы.

Следует отметить, что геобрендинг включает не только технологии связей с общественностью и рекламы, но и новаторство в аппарате управления регионом. Новаторство может проявляться в разных видах: в виде взаимодействия с бизнес-структурами, в виде взаимодействия с некоммерческими организациями, в виде размещения в регионе промышленных производств, в виде развития культурных кластеров и пр. Организация и проведение в регионе культурных, научных, образовательных мероприятий может стать стимулом для привлечения инвестиционного потока.

Сделаем вывод о том, что проблематика формирования имиджа территории носит комплексный характер, отражает деятельность разных субъектов и зависит от корректности применения различных коммуникационных инструментов.

### **Список литературы**

1. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб.: Стгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 376 с.
2. Пашкус В.Ю., Драгун П.К. Бренд территории: понятие, модели, коммуникационная эффективность в эпоху цифровой трансформации // Журнал Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2020. – № 2. – С. 86–113.
3. Таранова Ю.В. Коммуникативные тенденции формирования туристического имиджа городов и регионов в условиях сетевого общества // Гуманитарные исследования. – 2015. – № 2 (6). – С. 88–90.
4. Филенко С.С. Соучастие как разновидность технологии вовлечения // Проблема управления 2018: материалы 26-й Всероссийской студенческой конференции. Выпуск 2. – М.: Государственный университет управления, 2018. – с. 303–305.

Laura Batradzovna Kadzaeva,  
Alexandra Nikolaevna Timokhovich,  
PhD, Associate Professor,  
State University of Management,  
Moscow, Russia

## CREATING THE IMAGE OF THE TERRITORY IN THE ERA OF DIGITALIZATION: OPPORTUNITIES AND LIMITS

**Abstract.** The article deals with the development of the image of the territory. The typology of subjects influencing the formation of the image of the territory in the Internet space is considered. The barriers in the construction of communications to promote the territory are described.

**Keywords:** image of territory, Internet communications, geobranding, tourist brand, communication tools

УДК 338.48

Альбина Айратовна Карпеева,  
старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## О ЦЕЛЕВОЙ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА

**Аннотация.** Современное развитие туризма в регионах является дискуссионной темой. Ввиду этого в статье рассматриваются преимущества внедрения национального проекта в регионы. Раскрываются тенденции и перспективы развития федеральной целевой программы «Туризм и гостеприимство». Представлены перспективы развития внутреннего туризма в РФ.

**Ключевые слова:** туризм, федеральная программа, национальный проект, стратегия, тенденции, цели

На территории Российской Федерации важную роль в развитии туризма играет государство, устанавливая приоритеты развития региона и принимая тактические и стратегические планы.

Задача нашего государства создать привлекательные инвестиционные условия, чтобы представители бизнес элиты посчитали интересным развивать туристскую отрасль именно в своих регионах.

Целевые программы разработаны с целью вовлечения широких масс и поддержки отраслевого развития при помощи таких инструментов, как установление налоговых и других льгот и др. Сформированы рабочие группы по следующим актуальным темам:

- популяризация различных видов внутреннего туризма;
- анализ условий труда и возможности обучения, обеспечение квалифицированной рабочей силой, особенно в секторе гостиничного гостеприимства;
- правовая организация выездного туризма;
- цифровизация индустрии гостеприимства и пр.

Преимущества разрабатываемых программ очевидны. Туристы получают сервис, а организаторы мест отдыха и туристических маршрутов – поддержку государства. Эта своего рода «перезагрузка» государственных функций в туризме. Создаются системные и прозрачные механизмы управления отраслью, совершенствуются нормативные основы регулирования отрасли и грамотно продумывается подготовка кадров для туристической сферы.

Одним из успешно функционирующих программ развития туризма стал утвержденный в 2021 году национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». Проект затронул все регионы России.

Цель нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» увеличить число путешествующих до 140 млн человек в год. Создать в два раза больше рабочих мест в отрасли и построить 582 новых туристских комплекса, гостиниц и санаториев в различных регионах страны.



На достижение целей отводится 10 лет. За этот период в отрасль будут привлечены 1,7 трлн руб. частных инвестиций. За счет них будут построены 298 гостиниц и санаториев, а также 284 горнолыжных, бальнеологических, развлекательных и пляжных комплексов [1].

Программа по развитию туризма направлена на развитие многих видов туризма, в частности культурно-познавательного, экотуризма, пляжного, санаторно-курортного, гастрономического, событийного и иных видов туризма. [2].

Подробные распределения на блоки иллюстрируют государственное управление туристической системой и предоставляют собой критерии для их последующей оценки.

Для многих структурно слабых регионов России целевая программа в сфере туризма играет не последнюю роль в качестве источника дохода и занятости. Субсидии для туризма и в целом для индустрии гостеприимства содействуют этим областям идти в ногу с общим экономическим ростом, а также вносить свой вклад в макроэкономику страны. Помимо этого, целевая программа способствует социальной и территориальной сплоченности регионов, помогает поддержать и улучшить природное и культурное наследие страны.

На основе новых принципов, прописанных в разделах целевой программы, помощь регионам ранжирована. Максимальная интенсивность помощи классифицируется по регионам в зависимости от серьезности структурных проблем. Создается благоприятная среда для туристических компаний и поощрение сотрудничества между регионами, в частности обмен передовым опытом. Это принципиально новый подход в развитии идей гостеприимства.

Программа имеет огромный потенциал прежде всего для инвесторов, так как правительство будет выступать как партнер, который будет слышать инвестора, защищать его инвестиции. Комфортные условия для сотрудничества с бизнесом и вхождение в нацпроект позволит получить льготные кредиты на строительство и модернизацию объектов, региональные субсидии на строительство обеспечивающей инфраструктуры (газ, свет и пр.), ведущей к туристским объектам.

Национальный проект создает важную составляющую – переход от гостеприимства каждого отеля или ресторана к гостеприимству территорий. А это означает, что каждый участник данной цепи должен стать гостеприимным.

Целевая программа повысит осведомленность о туристических брендах России на национальном и международном уровнях, и мотивируют людей со всего мира путешествовать и знакомиться с природной красотой Российской Федерации.

### Список литературы

1. Федеральное агентство по туризму. Паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» (утв. Ростуризмом в ред. от 10.11.2021).
2. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма: Постановление Правительства РФ от 24 декабря 2021 года № 2439 (с изм. и доп. от 17 июня 2022 г.).

Albina Airatovna Karpeeva,  
Senior Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### ABOUT TARGETED FEDERAL PROGRAM ON TOURISM DEVELOPMENT

**Abstract.** The contemporary tourism development is a highly debated issue in regions. In view of the fact, the advantages of the national project introduction in regions are considered in this article. The development trends and prospects of the federal program "Tourism and hospitality" are uncovered here. The internal tourism development prospects are presented.

**Keywords:** tourism, federal program, strategy, trends, goals

Камила Робертовна Киреева,  
студент,  
Лада Николаевна Розанова,  
к. геогр. н., доцент,  
УВО «Университет управления “ТИСБИ”»,  
Казань, Россия

## ГЛЭМПИНГ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

**Аннотация.** Статья посвящена новому направлению экологического туризма в Республике Татарстан – глэмпингу. Рассмотрены теоретические основы глэмпинга, его сущность и значение, история развития и основные виды. Представлен анализ развития глэмпингов в Республике Татарстан в настоящее время, охарактеризованы предлагаемые услуги и особенности действующих глэмпингов, оценены перспективы развития.

**Ключевые слова:** экологический туризм в Татарстане, глэмпинг, виды глэмпинга, ресурсы для развития глэмпинга

Глэмпинг предполагает отдых на природе, но в комфортных условиях. Сам термин образовался от английских слов *glamorous* и *camping*. Аналогами глэмпинга можно считать выездные поселения средневековых королей, шатры, оборудованные всем необходимым.

Глэмпинг отличается от классических кемпингов тем, что в нем имеются туалет и ванная комната с горячим водоснабжением, имеется кровать с комплектом постельного белья, мебель. Сервис в глэмпинге подобен гостиничному. Приготовление пищи занимается наемный повар.

Выделяют следующую классификацию глэмпингов как средств размещения:

- 1) традиционные средства размещения;
- 2) специфические средства размещения.

К первой группе относят традиционные постройки и иные виды сооружений, при проектировании и обустройстве которых руководствовались критерием их естественного объединения с окружающей средой: виллы, коттеджи, эко-гостиницы, амбары, загородные дома, курорты. Названные объекты имеют традиционное архитектурное решение. Они расположены в живописных природных уголках планеты, оборудованы всеми удобствами, предлагают гостям высокоуровневый сервис.

Ко второй группе причисляют такие постройки и сооружения, при возведении которых учитывали органические формы их естественного объединения с окружающей средой [1].

Первыми этот бизнес стали развивать британцы около 15 лет назад. Глэмпинг как течение зародился на больших музыкальных фестивалях. Теперь тренд на глэмпинги захватил весь мир, а глэмпинг-отели стали выгодным видом бизнеса.

На российском туристическом рынке идея глэмпинга нашла отклик, но о широком ее распространении речь еще не идет. Реализованные проекты показали, что спрос на данный вид услуг есть. У России, огромной страны, простирающейся в нескольких климатических поясах и природных зонах, от арктических до песчаных пустынь, есть широкие ресурсные и правовые возможности для развития глэмпингов. Богатейшее природное разнообразие и отсутствие существенных правовых преград для установки и эксплуатации некапитальных сооружений дают основания полагать, что у глэмпинга в России есть будущее. Миссия глэмпинга – удовлетворить потребность состоятельных туристов в общении с природой в отстранении от массовых турпотоков без отказа от уюта и привычных удобств.

Цель развития глэмпингов: создать новые виды жилья, обеспечить доступ к редко посещаемым, исключительным и захватывающим дух местам, организовать удобную транспортировку и оригинальные мероприятия, отвечающие потребностям взыскательных тури-

стов, минимизировать антропологическое влияние на экосистемы. Идея глэмпинга состоит в том, чтобы объединить праздник, комфорт и уважение к окружающей среде.

Существует большое разнообразие видов глэмпинга:

– «Белл-тенты.

Это обычная палатка с центральным высоким шестом и растяжками, которые крепят конструкцию к помосту или земле. Благодаря двухслойному материалу, проживание в летний сезон не доставляет неудобств.

– Индейские типы.

Отличный вариант для любителей экзотики. Представляет собой конус из шестов, диаметром 3-6 метров, с натянутым поверх тентом. Некоторые базы стилизуют покрытие под выделанные шкуры животных – для создания соответствующего антуража.

– Юрты.

Изготавливаются из бруса и реек, с натянутыми поверх плетеными циновками или тентами. Имеют приплюснутую куполообразную форму, у современных конструкций предусмотрены круглые окна в крыше и два входа.

– Купола.

Легкие конструкции из изогнутых трубок и плотной ткани можно устанавливать в любой местности. Их снабжают панорамными окнами, удобным входом. Высота достаточна, чтобы стоять прямо в полный рост.

– Кубы и экодома.

Небольшие строения из дерева или металла, с большими панорамными окнами и плоской, округлой или односкатной крышей. Имеют 1-3 комнаты, открытую веранду, все необходимое для комфортного проживания.

– Вагончики и дома на колесах.

Компактные конструкции прекрасно вмещают семью из 2-4 человек. Их легко перевозить с места на место, устанавливая в наиболее интересных и привлекательных уголках природы» [2].

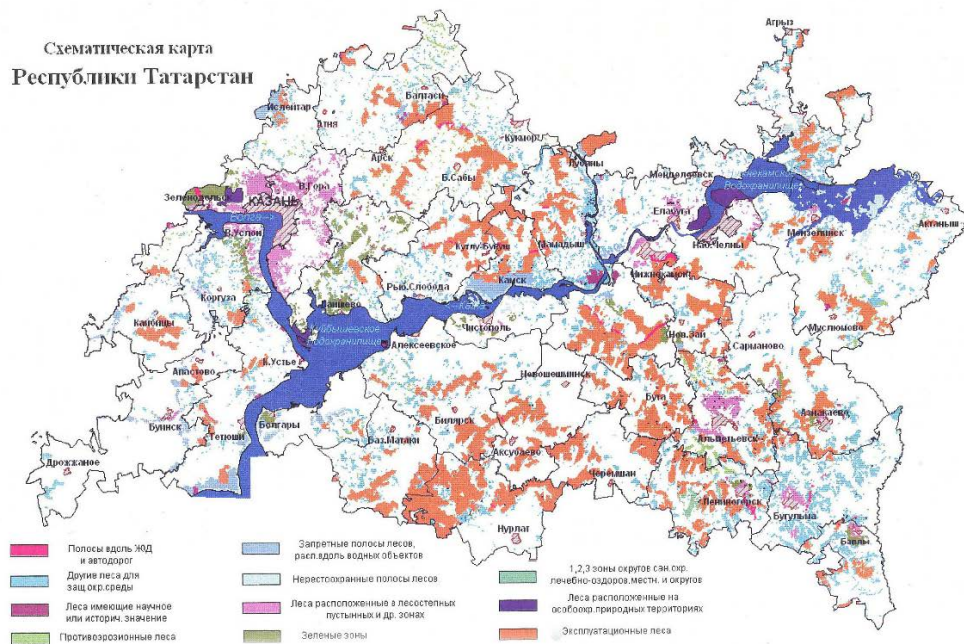
Республика Татарстан демонстрирует пример динамичного и устойчивого развития туристской отрасли. Это подтверждает рост туристских прибытий, числа средств размещения, доходов от туристской отрасли, объектов общественного питания, разнообразие туристских и экскурсионных продуктов, а также сувенирной продукции. Это позволило республике попасть в российские и мировые рейтинги самых быстроразвивающихся туристских дестинаций, а также стать лидером в числе лучших туристских направлений России [3].

События последних лет выявили новые тенденции в туристской сфере, а именно – возрастание роли внутреннего туризма, сокращение числа групповых поездок и доминирование индивидуальных, уменьшение сроков туристских поездок, а также рост спроса на отдых на природе вблизи крупных городов [4].

Республика Татарстан обладает огромным потенциалом для развития экологического туризма вообще и глэмпинга в частности. Это и большое разнообразие живописных ландшафтов – от таежных на севере республики до степных на юге, побережья больших и малых рек, тысяч озер, источники минеральных вод и лечебных грязей, значимые охраняемые природные территории (рис. 1).

В комплексе с развитой транспортной инфраструктурой и богатым опытом развития туризма это позволяет успешно реализовывать проекты экологического туризма.

Бурное развитие глэмпингов в Татарстане связано с деятельностью «Дирекции по развитию природных территорий и экотуризма» Института развития городов Республики Татарстан. Татарстан получил 230 млн рублей федеральных средств на реализацию новых инициатив, связанных с экотуризмом. Также Татарстан – единственный регион России, который победил в конкурсе Агентства стратегических инициатив в 2020 году сразу с двумя проектами туристско-рекреационных кластеров [6].



**Рис. 1. Леса высокой природоохранной ценности Республики Татарстан [5]**

Доля экотуризма в мировом туристическом рынке составляет 25 %, а в российском – лишь 2%. В Татарстане число потребителей услуг коллективных средств размещения «с целью досуга, рекреации и отдыха» за 10 лет с 2009 года выросло в шесть раз (с 225 тыс. до 1,4 млн) [7].

Уже сейчас есть возможность посетить татарстанские глэмпинги: загородный клуб «Утрау», город-курорт «Свияжские холмы», глэмпинг «Urman Camp», «Odin House», «Рыб-кин Дом» и другие. Готовятся к открытию еще несколько. Названные глэмпинги находятся на расстоянии от 30 до 60 км от Казани. Каждый из них обладает собственной концепцией организации отдыха. Они отличаются по колориту средств размещения – от зеркального дома на дереве до тюркской юрты или дома в скандинавском стиле, а также по месту расположение – в лесу, на берегу реки.

Помимо удобств высокого уровня большинство из них предлагает спа-салон или баню, бассейны.

В качестве изюминки половина глэмпингов располагает фурако – японскими банями в виде кедровой или дубовой бочки с подогревом на открытом воздухе.

Фурако – японская баня в виде кедровой или дубовой бочки с подогревом на открытом воздухе. Изготавливается фурако из кедра или дуба. Вода в таких бочках обладает целебными свойствами и укрепляет здоровье человека.

В большинстве глэмпингов предлагается катание на различных транспортных средствах – лодках, сабах, велосипедах. Есть даже вариант прогулки на вертолете, яхте, санях или воздушном шаре. Цены на услуги глэмпингов варьируются от 4 до 13 тысяч в сутки. Практически все они предлагают скидку 10 % в день рождения.

Формирование новых зон отдыха в районах, где туризм фактически является единственной возможностью взрывного, интенсивного развития региона, – одна из главных задач Татарстана. С каждым днем появляется все больше специальных мероприятий, чтобы показать местным жителям и туристам, как можно отдыхать на природе.

Таким образом, на основе проведенного исследования можно сделать вывод, что на сегодняшний день на территории Республики Татарстан сложились условия для активного развития глэмпингов как самостоятельного вида туризма, а данное направление является одним из наиболее перспективных на туристическом рынке. Сделаем вывод, что глэмпинг – не просто модное, сезонное и преходящее явление. Глэмпинг – это долгосрочный туристиче-

ский проект, его глобальная популярность каждый год стремительно растет. Так, по данным Grand View Research, «до 2025 года средний рост рынка глэмпингов в мире составит 12,5 %» [8]. Глэмпинг интересен для молодежи не только как клиентский сегмент, но и как возможность самореализации. Молодежи зачастую импонирует идея проектирования и реализации собственного глэмпинга. Важно отметить, что подобный вид размещения позволяет сформировать состоятельную клиентскую базу туристов. При этом не требуется строительство гостиничных комплексов пятизвездочного уровня и соответствующей инфраструктуры. Поэтому существуют все предпосылки того, что глэмпинг в Татарстане будет формироваться в качестве нового вида отдыха для внутреннего туризма, так и создавать условия для развития туристического. При соответствующей поддержке со стороны государства данный вид туризма может стать «прорывным» для роста внутреннего туристического потока.

### Список литературы

1. Нгуен, Х.И., Нгуен Т.Ф. Современное состояние и перспективы развития глэмпинга в России // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2020. – Т. 14. – № 2-2. – С. 100–106. – EDN EXIIIТ.
2. Тип глэмпинга [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn--c1aaolfhm4i.xn--p1ai/header/type/> (дата обращения: 07.11.22).
3. Хуснутдинова С.Р., Розанова Л.Н., Хуснутдинов Р.Р. Туризм + урбанизация = сверхтуризм?! // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2019. – Т. 13. – № 4. – С. 86–97.
4. Нишевые виды туризма в Республике Татарстан: оценка потенциала и перспектив развития / Розанова Л.Н., Садыкова Э.Р. и др. Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т. 15. № 2. С. 68–80.
5. Леса высокой природоохранной ценности Республики Татарстан [Электронный ресурс]. – URL: <https://minleshoz.tatarstan.ru/lesa-visokoy-prirodoohrannoy-tsennosti.htm> (дата обращения: 07.11.22).
6. «Терапия природой»: как развивается экотуризм в Татарстане [Электронный ресурс]. – URL: <https://kazanfirst.ru/articles/593169> (дата обращения: 07.11.22).
7. Глэмпингу дают зеленый свет [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4889283> (дата обращения: 07.11.22).
8. Что представляет из себя рынок глэмпингов в 2022 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.trn-news.ru/news/104490> (дата обращения: 07.11.22).

Kamila Robertovna Kireeva,  
Student,  
Lada Nikolaevna Rozanova,  
PhD, Associate Professor,  
University of Management TISBI,  
Kazan, Russia

### GLAMPING AS A NEW ECOLOGICAL TOURISM DIRECTION IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

**Abstract.** The article is devoted to a new direction of ecological tourism in the Republic of Tatarstan – glamping. The theoretical foundations of glamping, its essence and significance, the history of development and the main types are considered. The analysis of the development of glamping in the Republic of Tatarstan at the present time is presented, the services offered and the features of existing glamping are characterized, the prospects for development are evaluated.

**Keywords:** ecological tourism in Tatarstan, glamping, types of glamping, resources for the development of glamping

Александр Викторович Лаптев,  
к. с. н., доцент,  
Элина Александровна Васингина,  
Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В МАЛЫХ ГОРОДАХ ТАТАРСТАНА

**Аннотация:** В статье рассматриваются основные направления деятельности региональных органов власти в сфере туризма. Описываются факторы позитивного и негативного влияния на развитие туристической отрасли. Анализируются подходы к развитию туризма в малых городах Республики Татарстан.

**Ключевые слова:** туризм, туристическая привлекательность территории, развитие туризма, малые города, Республика Татарстан

Развитие туризма в значительной степени зависит от того, насколько государство способствует созданию условий, необходимых для данной сферы. Органы государственного и муниципального управления стимулируют те или иные направления туристского бизнеса, способствуют развитию потенциала территорий, делая акцент на сильные и отличительные черты территориального образования. Важность данной сферы экономики объясняется бурным ростом туристского бизнеса, связанного с демографическими процессами, а именно приростом населения, немалая часть которого является путешественниками, как реальными, так и потенциальными.

Особенностью туристической сферы является то, что она развивается посредством использования различных ресурсов – исторических, культурных, природных. Невозможно сделать конкурентоспособную услугу, предоставляющую интересный досуг для путешественников, с использованием одного ресурса. Современное предприятие туристской индустрии – это совокупность нескольких ресурсов, которые развиваются на основе кластерного подхода, т.е. на экономическом объединении туристской инфраструктуры. Данный подход предъявляет высокие требования к квалификации персонала. Важным представляется также необходимость согласования развития туристских дестинаций на национальном уровне, поскольку это связано с инвестиционными потоками, без привлечения которых невозможно развивать данную отрасль [1].

В Республике Татарстане туризм является одним из важнейших направлений экономического развития и общего культурного совершенствования региона. Это связано с особой важностью исторического наследия республики и привлекательностью для туристов. По версии портала Trip Advisor, Казань – столица Республики Татарстан – вошла в ТОП-10 лучших туристических направлений России.

Развитие туризма входит в компетенцию Государственного комитета Республики Татарстан по туризму. Результатом их деятельности в 2021 году стало большое количество реализованных проектов, например, таких как: «Яркие выходные в Приволжье», «Императорский маршрут», «Великий Волжский путь», Первый туристический чартерный рейс Москва-Казань туроператора «TUI Россия», «Проект «Эко-тат», «Путешествие к истокам». Повышению конкурентоспособности туризма, развитию санаторно-курортного комплекса региона, а также развитию волонтерского движения в сфере туризма и продвижению туристского продукта во многом способствовали подготовка и повышение квалификации кадров [2].

По данным республиканского Госкомитета по туризму, за первое полугодие 2022 года Казанский Кремль посетили 1,6 млн туристов, остров-град Свияжск – более 528 тыс. туристов, Великий Болгар – более 229 тыс. туристов, Елабугу – 244 тыс. туристов, Чистополь – более 25 тыс. туристов, Тетюши – почти 69 тыс. туристов [3]. Статистические данные позволяют сделать вывод об ощутимой разнице в объемах туристических потоков в Казань и другие города Татарстана.

Это связано с тем, что туристический потенциал республики используется не в полной мере, и создание условий для качественного отдыха за пределами Казани требует более активной реализации государственной политики в сфере туризма. Малые города республики имеют невысокие конкурентные преимущества по сравнению со столицей. Они продолжают терять население, вследствие чего наблюдается кризис в ведущих отраслях городского хозяйства и отсутствие туристической привлекательности. К числу факторов, оказывающих негативное влияние на развитие туризма в малых городах, относится:

1. Отсутствие современных технологий, используемых в туристической отрасли.
2. Недостаточный уровень развития социально-культурной сферы.
3. Зависимость поселения от градообразующего предприятия, если преобладает одна отрасль экономики.

Вместе с тем, малые города имеют ряд положительных аспектов, способных повысить уровень туристической привлекательности территории. К ним можно отнести следующие факторы:

1. Природа. Прежде всего, это чистый воздух, а также водоемы, которые относительно мегаполисов чище.
2. Бизнес. Для предпринимателей в сфере туризма, это, прежде всего, низкий входной порог и наличие благоприятной конкурентной среды.
3. Компактная территория: не нужно много времени, чтобы посетить туристские объекты.

На основе вышесказанного можно сделать вывод о том, что положительные аспекты малых городов связаны в основном с их компактностью, то есть возможностью передвижения по нему с незначительными временными потерями. Но следует ли из этого, что маленькие поселения удобны и комфортны для туристов? На наш взгляд, условием комфортного путешествия не является исключительно природная составляющая и пешая доступность локаций. Досугово-культурные мероприятия, разнообразие и доступность туристских объектов делает путешествие полным. Для этого нужно развивать малые города, стимулировать население к созданию проектов, интересных для туристов. Например, можно модернизировать местные достопримечательности, музеи и природные локации, обеспечить комфортное пребывание туристов, чтобы они увидели, насколько может быть интересным малый город.

Туризм для небольших городов связан преимущественно с возможностями создания условий для жителей города и повышения его инвестиционной привлекательности. В Российской Федерации существует Ассоциация малых туристических городов, главной задачей которой является популяризация движения, предполагающего посещение неизвестных для туристов мест, ведь «именно там живет история страны». Среди городов Татарстана в данную Ассоциацию входит Елабуга. Она известна своими природными красотами, туристическими памятниками, историей и известными уроженцами. Елабужский музей-заповедник, в который входят несколько уникальных объектов, принимает ежегодно сотни тысяч туристов, а реализуемые проекты уже давно вышли за пределы республики и получили статус международных. Например, ежегодная Спасская ярмарка, где народные умельцы и мастера декоративно-прикладного искусства из более чем 170 городов России и зарубежья торгуют изделиями и делятся с посетителями своими умениями. На основе этого можно сделать вывод, что туризм Елабуги как малого города достаточно развит и продолжает свое совершенствование, что приносит существенные результаты и для экономики, и для личного бренда города.

Помимо Елабуги победителями всероссийских конкурсов по привлечению инвестиций в сферу туризма являются такие малые города Татарстана, как Болгар, Заинск, Зеленодольск, Лаишево и Лениногорск. Новые и обновленные объекты в данных городах появятся в ближайшее время – в период с 2023 по 2024 год [4]. Наряду с привлеченными денежными средствами планируется использование дополнительных источников финансирования, в том числе в рамках региональной программы развития общественных пространств и федеральной программы формирования комфортной городской среды. Также будут привлечены средства муниципального бюджета и внебюджетные средства. Иными словами, органы муниципаль-

ного управления активно и позитивно настроены на развитие малых городов, они предпринимают большое количество усилий для улучшения экономической и туристической привлекательности муниципалитетов в Республике Татарстан.

Для развития туризма в малых городах региона, на наш взгляд, необходимо использовать современные технологии, прежде всего Интернет-ресурсы. Это важно для продвижения территорий, поскольку большая часть туристов получает информацию именно из Интернета. Необходима популяризация малых городов и формирование бренда населенного пункта через видео-хостинги, такие как YouTube, RuTube, TikTok. Существует большое количество популярных блогеров, ориентированных на посещение разных уголков нашей страны, в том числе неизвестных большинству россиян. Им можно предложить сотрудничество в продвижении территории, покрыв расходы на поездку, проживание и трансфер. Тем самым инфлюенсер получает новый необычный контент, а город узнаваемость и новых туристов.

Таким образом, в ходе исследования было определено, что малые города имеют важную роль для внутреннего и внешнего туризма. Для развития данной категории городов, наряду с инвестициями, необходима мотивация населения к участию в туристских проектах.

### Список литературы

1. Дуздибаева А. С. Современное состояние российского туризма // Молодой ученый. – 2018. – № 7. – С. 390–393.
2. Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму за 2021 год [Электронный ресурс]. – URL: [https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm?pub\\_id=3108929](https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm?pub_id=3108929) (дата обращения: 07.11.22).
3. Посещаемость туристических центров Татарстана выросла от 15 до 52% [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/90227> (дата обращения: 07.11.22).
4. Татарстан привлек на развитие малых городов 510 миллионов рублей [Электронный ресурс]. – URL: <https://kazanfirst.ru/articles/590713> (дата обращения: 07.11.22).

Alexander Viktorovich Laptev,  
PhD, Assistant Professor,  
Elina Alexandrovna Vasingina,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### DEVELOPMENT OF TOURISM IN SMALL TOWNS OF TATARSTAN

**Abstract.** The article discusses the main activities of regional authorities in the field of tourism. The factors of positive and negative influence on the development of the tourism industry are described. Approaches to the development of tourism in small towns of the Republic of Tatarstan are analyzed.

**Keywords:** tourism, tourist attractiveness of the territory, tourism development, small towns, Republic of Tatarstan



Влада Евгеньевна Лукьянова,  
студент,  
Уфимский университет наук и технологий,  
Уфа, Россия

## «СКОЛКОВО» КАК ОДИН ИЗ ВЕДУЩИХ НАУЧНЫХ ЦЕНТРОВ РОССИИ: НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены основные функции инновационных и научных центров, их назначение и ценность в современном обществе. Также в статье рассматривается характеристика деятельности инновационного центра «Сколково», его основные характеристики и направления деятельности, а также дальнейшие перспективы центра.

**Ключевые слова:** научный и инновационный центр, «Сколково», производственные технологии, инновации, инвестиции

Мировая экономика продолжает переживать период быстрых и динамичных преобразований, когда производственная деятельность разлагается и перестраивается на глобальной основе. Применение информационных технологий и все более сложных передовых производственных технологий делает выбор местоположения крупными многонациональными фирмами и отечественными фирмами бесконечно более сложным, чем это было в предыдущие десятилетия. В то время как затраты на рабочую силу долгое время считались движущей силой при принятии решений о местоположении, растет признание того, что доступ к навыкам, исследованиям и разработкам и мощная база поставок технологически продвинутых производителей становятся все более важными при принятии решений о местоположении для передовых производственных и наукоемких фирм. Также растет признание критической важности связи между НИОКР и производством и растет признание того факта, что снижение производственной активности в конечном итоге подрывает способность стран с развитой экономикой сохранять свою исследовательскую и производственную базу [1, с. 169].

Научные центры и центры технологий и инноваций – это организации, ориентированные на миссию, которые работают с высшими учебными заведениями для развития собственных знаний и возможностей, которые могут способствовать деятельности, связанной с исследованиями и коммерциализацией технологий [3, с. 84]. Научные центры выступают как важнейшие посреднические организации, которые реализуют правительственные и более широкие программы, политику и стратегии государственного сектора по продвижению инноваций. Эти роли включают в себя широкий спектр видов деятельности, таких как [5, с. 119]:

- проведение фундаментальных исследований;
- проведение прикладных исследований в инновационной цепочке между начальной стадией открытия университетских исследований и промышленными разработками для коммерциализации;
- поддержка инноваций в МСП путем предоставления знаний, оборудования и прикладных исследований;
- предоставление технических услуг и услуг по коммерциализации крупным фирмам и фирмам малого и среднего бизнеса;
- содействие развитию высококвалифицированной рабочей силы.

Предприниматели и инновационные компании, которые сотрудничают с этими научными и инновационными центрами, разделяют затраты на НИОКР и получают доступ к бесценным навыкам, механизмам и оборудованию, чтобы снизить риск, сократить время выхода на рынок и активизировать использование новых технологий. Большинство научных центров финансируются как государственными, так и частными инвесторами, и часть этого финансирования используется для предоставления местным предпринимателям и быстрорастущим инновационным фирмам ряда исследовательских и бизнес-услуг, необходимых им для поддержки их инновационной деятельности [1, с. 170].

Научные и инновационные центры являются видными участниками многих инновационных экосистем по всему миру. Однако важно отличать их от других центров, которые также играют важную роль посредника в инновациях. Научно-ориентированные центры объединяют академических и деловых партнеров для совместной работы над исследовательскими проектами. Они, как правило, проводят многолетние исследовательские программы в определенной области, которые они получают за счет сочетания государственного и частного финансирования. Эти центры в значительной степени ориентированы на науку и имеют высокую интенсивность исследований и разработок. С этой целью научно-ориентированные центры выступают в качестве важнейших посредников и производителей знаний. С другой стороны, научные центры в большей степени ориентированы на бизнес. В инновационной экосистеме эти центры действуют как посредники знаний, поставщики знаний, разработчики технологий и поставщики инфраструктуры. Они имеют низкую или среднюю интенсивность НИОКР и уделяют большое внимание предоставлению бизнес-услуг, в основном для МСП, используя «консультационный подход» [4, с. 67]. Таким образом, научные и инновационные центры предоставляют фирмам услуги по запросу, которые специфичны для потребностей этих клиентов. В целом, эти услуги в сочетании с открытым доступом к технологической инфраструктуре мирового класса могут значительно улучшить усилия сотрудничающих фирм и предпринимателей по разработке или коммерциализации нового или улучшенного продукта, выходу на новый рынок и/или увеличению их экспорта.

Инновационный центр «Сколково» (далее – ИЦ «Сколково») – первый и единственный в России город, задуманный и спроектированный с целью концентрации российского научного и бизнес-потенциала для разработки и коммерциализации наиболее перспективных проектов в стратегических для страны направлениях [2]:

- энергоэффективность;
- информатика и телекоммуникации;
- биомедицина;
- передовые промышленные технологии.

Наукоград создавался по образу Кремниевой долины, которая за несколько десятилетий существования подтвердила высокую практическую рентабельность предприятия.

Ценность ИЦ «Сколково» заключается в участии сообщества, в коллективном развитии обучения и вовлечении в деятельность, связанную с наукой, технологией и математикой, а также в способности преобразовывать концепции из научно-технического мира в опыт, который заставляет посетителей размышлять и говорить о науке, технике и математике [2]. Изучение естественных наук может происходить в различных повседневных условиях, с использованием различных видов опыта и программ. Эти учебные мероприятия, обычно называемые неформальными мероприятиями по изучению естественных наук, могут преследовать дополнительные цели по сравнению с целями, которые преследуются в формальных школьных условиях.

В настоящее время ИЦ «Сколково» играет центральную роль в повышении национального и регионального уровней инноваций, что, в свою очередь, способствует экономическому росту и созданию богатства в конкурентоспособной экономике, основанной на знаниях.

Во-первых, он обеспечивает потоки знаний и передачу технологий между исследовательскими сообществами и промышленностью. Повышая мобильность людей и других ресурсов между этими двумя сообществами, ИЦ «Сколково» помогают улавливать побочные эффекты знаний. Этот процесс сужает «культурную пропасть» между фирмами и исследовательскими институтами, которая, если ее не учитывать, усиливает противоречивые взгляды обеих групп участников относительно цели исследований и в конечном итоге усложняет сотрудничество между академическими кругами и промышленностью.

Во-вторых, из-за своей ориентации на сотрудничество, ИЦ «Сколково» помогает выстраивать партнерские отношения между участниками в рамках исследовательского сообщества, государственных и частных инвесторов, правительственных департаментов и других инновационных посреднических организаций. Партнерские отношения между участниками исследований и инноваций, которые укрепляются и поддерживаются ИЦ «Сколково», укреп-

ляют усилия по технологической специализации и помогают наращивать способность юрисдикции к освоению, а также финансовый и человеческий капитал, необходимый для генерирования передовых идей и вывода их на рынок. Более того, в свете постоянного общения, взаимодействия и обучения, которое происходит между этими субъектами, партнерские отношения, поддерживаемые ИЦ «Сколково», помогают поставщикам знаний выявлять и удовлетворять постоянно меняющиеся потребности местных фирм в исследованиях и разработках и знаниях, с одной стороны, и, с другой стороны, поддерживать местные фирмы в определении меняющихся потребностей из своих клиентов.

Наиболее примечательно, что ИЦ «Сколково» обладают способностью повышать спрос на новые технологии среди искушенных покупателей. Предоставляя программы и инициативы по распространению информации, ИЦ «Сколково» может повысить осведомленность фирм о потребностях корпоративных клиентов. Кроме того, мероприятия по демонстрации технологий, семинары и конференции, которые предоставляют точную информацию о тенденциях рынка, и другие сетевые возможности, организуемые ИЦ «Сколково», могут повысить осведомленность фирм о технологических инновациях, которые могут принести пользу их бизнесу.

Подводя итоги десятилетнего существования, можно утверждать, что инновационный проект «Сколково» состоялся, поставленные вначале цели достигнуты, перспективные планы – вполне достижимы. Созданы условия для развития приоритетных областей знаний, значительно сокращены сроки между изобретением и внедрением проектов, сотни ученых с энтузиазмом отзываются на предложения о сотрудничестве, непрерывно растет количество заинтересованных инвесторов, а также совокупная выручка от реализации разработок и коммерциализации инноваций. Если говорить о перспективе, то в общем ее можно сформулировать так: дальнейшее всеобъемлющее расширение деятельности наукограда.

### Список литературы

1. Закиров, И.В. Экономическая и социальная география России: учеб. пособие. – Уфа: РИО БашГУ, 2022. – 80 с.
2. Нижегородцев, Р.М. Экономика инноваций: учеб. пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Русайнс, 2018. – 153 с.
3. Федоров, С.Ф., Федорова, Л.А. Инновационное развитие России. Инструментарий оценки инновационного потенциала сложных социально-экономических систем: монография. – Красноярск: Научно-инновационный центр, 2020. – 167 с.
4. Ряжева, Ю.И. Формирование и развитие инновационной среды промышленного сектора на основе инновационной экосистемы // Московский экономический журнал. – 2020. – № 1. – С. 67–69.
5. Зыкова, Т.И., Маннапова, Д.Т. Тенденции инновационного развития экономики в России // Международный молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам: сб. науч. ст. – Казань, 2019. – С. 169–172.

Vlada Evgenyevna Lukyanova,  
Student,  
Ufa University of Sciences and Technologies,  
Ufa, Russia

### “SKOLKOVO” AS ONE OF THE LEADING SCIENTIFIC CENTERS OF RUSSIA: PRESENT AND FUTURE

**Abstract.** This article discusses the main functions of innovation and research centers, their purpose and value in modern society. The article also discusses the characteristics of the Skolkovo Innovation Center, its main features and areas of activity, as well as the future prospects of the center.

**Keywords:** scientific and innovation center, Skolkovo, production technologies, innovations, investments

Данил Валерьевич Лыгин,  
студент,  
Эльвира Равилевна Садыкова,  
канд. филол. наук, доцент,  
УВО «Университет управления «ТИСБИ»»,  
Казань, Россия

## РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В УСЛОВИЯ МИРОВОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены особенности функционирования туристической отрасли в период пандемии коронавирусной инфекции, меры поддержки федерального и регионального уровня (на примере Республики Татарстана). В связи с мировым экономическим и политическим кризисом, затронувшим многие отрасли, в том числе и туристическую, в статье также были раскрыты перспективы развития туристической отрасли в условиях мирового экономического кризиса на примере Республики Татарстан.

**Ключевые слова:** пандемия, кризис, санкционная политика, сфера туризма, Республика Татарстан

Новое десятилетие войдет в историю человечества как эпоха глобальных перемен и изменение мирового порядка. Новая коронавирусная инфекция, известная миру как COVID-19, полностью скорректировала жизнь каждого человека в мире. Изменилось абсолютно все – работа и учеба приобрели черты дистанционного формата, появился режим обязательной самоизоляции, масочный режим, вакцинация, закрытие границ между странами, приостановка авиасообщения, а также нарушение всех логистических цепочек привели к небывалым изменениям в привычном для каждого из нас образе жизни. Началась та самая «точка невозврата», которая привела к крупному экономическому спаду в каждой отрасли хозяйства, в том числе и в туристической, в которой спрос на выездные виды туризма в первые месяцы сократился до 20–25%, а в некоторых странах сократился практически до нуля, около 10 % всех занятых людей в отрасли туризма потеряли работу. Таким образом, потери отрасли составили \$935 млн. Россия недосчиталась 2 трлн рублей.

В 2020 году, в связи со сложившейся ситуацией, представители туристической отрасли столкнулись со значительными трудностями, связанными с закрытием авиасообщения между странами, ограничением на передвижение внутри стран, введением режима нерабочих дней и многое другое. В сложившейся ситуации было очень важно, потерпев убытки, остаться на рынке туристической отрасли.

Всемирный совет путешествий и туризма (WTTC) предложил следующий план восстановления туристической индустрии:

1. Отмена рекомендаций о поездках и запретов на несущественные международные поездки, которые препятствуют страхованию путешественников.
2. Принятие глобальных протоколов по охране здоровья и безопасности, гарантии туристам о безопасности путешествий.
3. Внедрение экспресс-теста и отслеживание стратегии, помогающей сдерживать распространение вируса.
4. Более тесное сотрудничество между общественностью и частным сектором для обеспечения стандартизированного, глобального подхода к кризису.
5. Продолжение государственной поддержки сектора туризма с точки зрения налоговых стимулов, стимулирование ликвидности, а также меры по защите работников.

В Российской Федерации государством сразу же был предпринят ряд мер поддержки в первую очередь индивидуальных предпринимателей, представителей малого и среднего бизнеса: субсидии на возмещение убытков при осуществлении авиаперевозок, открытие доступа к фонду персональной ответственности туроператоров, беспроцентные кредиты на вы-

плату зарплат, отсрочка по арендным платежам, налоговые каникулы, моратории на банкротство, налоговые санкции и проверки и т.д.

Меры поддержки представителей крупного бизнеса были связаны с возмещением расходов авиакомпаний на вывоз туристов, продлением лицензий и разрешений, беспроцентными кредитами на выплату зарплат, мораториями на банкротство, на налоговые санкции и на проверки, налоговыми каникулами, исчислением сроков в целях применения налогового законодательства, исполнением обязательств по кредитам и займам в связи с днями, объявленными нерабочими.

Таким образом, сложившаяся ситуация, меры государственной поддержки, в том числе стратегические документы в сфере развития туризма, например, Постановление Правительства РФ «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма», паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и др. нововведения положили начало развитию внутреннего туризма.

Распространение коронавирусной инфекции негативно отразилось и на туристической отрасли Республики Татарстан. Объем оказанных услуг в отрасли с 21,7 млрд рублей в 2019 году снизился к 2020 году до 13,7 млрд рублей. Туристический поток с 3,6 млн человек сократился до 1,9 млн человек. Загрузка отелей упала до уровня 2009 года и составила 41 %. Отрасль находилась на грани выживания.

Провальный для туристической отрасли 2020 год, тем не менее, наметил новые точки роста и тренды, новые маршруты. Так, в рамках поддержки туристической отрасли Государственным комитетом РТ по туризму был организован цикл семинаров и открыта работа «горячей линии» по вопросам информирования субъектов турбизнеса и граждан по вопросам предоставления налоговых отсрочек (рассрочек), субсидий, льготных кредитов и кредитных каникул и т.д. За период работы «горячей линии» специалисты Государственного комитета отработали более 20 000 звонков.

С целью сохранения жизнеспособности отрасли, Государственным комитетом по туризму были инициированы новые направления: путешествия в ближние регионы, разработка бюджетных туров выходного дня, акции.

С 1 июня 2020 года в республике заработала новая программа «1001 удовольствие за выходные», целью которой явилось развитие муниципальных районов, актуализация и популяризация индивидуальных путешествий граждан республики. Акция «2 + 1» дала возможность туристам при прямом бронировании двух ночей подряд третью ночь в отеле получить в подарок и бесплатное размещение ребенка до 12 лет. Кроме того, туристов ждала скидка в 25 % на общий чек в ряде кафе и ресторанов и бесплатная экскурсия по историческому центру Казани.

С сентября по декабрь 2020 года был проведен ряд курсов повышения квалификации для государственных гражданских и муниципальных служащих, занимающихся туризмом, серия лекций для представителей Ассоциации «Гильдия экскурсоводов РТ» и другие мероприятия, продолжалась активная работа по продвижению и популяризации туристских возможностей края как на российских, так и на зарубежных рынках.

К началу осеннего туристического сезона 2020 года правительство Татарстана подписало ряд соглашений:

- о сотрудничестве с Федеральным агентством по туризму и туристическим оператором TUI Russia (в настоящее время компания FUN&SUN) по проекту «Великий Волжский путь»;
- соглашение на использование товарного знака «Императорский маршрут»;
- соглашения с Федеральным агентством по туризму о предоставлении субсидии из федерального бюджета бюджету республики, чтобы участвовать в финансировании строительства объектов обеспечивающей инфраструктуры, которая входит в общий проект «Волжская Булгария».

В общей сложности в 2020 году при поддержке Ростуризма Татарстан реализовал семнадцать проектов по развитию туризма на территории республики, восемь из которых

были направлены на развитие туристической индустрии, то есть формирование новых маршрутов и поддержки прежних, а остальные десять – связанные с развитием системы глэмпингов. Хочется отметить и то, что длительность пребывания туристов в республике увеличилась в два раза, что, в свою очередь, повысило прибыль равный объему выручки за период еще зимних каникул 2020 года, когда еще не было пандемии коронавируса.

К началу 2021 года наметились положительные изменения в отрасли республики. Активно продолжали развиваться и популяризоваться существующие маршруты, набирали обороты направление отдыха на природе и в сельской местности, событийный туризм. Так, например, общее количество кемпингов, глэмпингов и экоотелей в республике увеличилось до 29 с общим объемом инвестиций 600 млн рублей. Индивидуальные туры стали пользоваться большим спросом. Основная часть туристов стали путешествовать с культурно-познавательной целью.

Объем оказанных услуг в сфере туризма за первое полугодие 2021 года составил с учетом смежных отраслей (расходы туристов на проживание, питание, транспорт, покупки и развлечения) более 33,1 млрд рублей, что на 16,1 % больше, чем в 2019 году.

Несмотря на ухудшение эпидемиологической обстановки осенью 2021 года, которая сопровождалась ужесточением санитарных ограничений, в том числе введением системы пропуска по QR-кодам в общественном транспорте, торговых центрах, предприятиях общественного питания и многих других предприятиях и объектах инфраструктуры Татарстана, республику в 2021 году посетило более 3,3 млн туристов, что превышает допандемийные результаты. Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что показатели отрасли выросли и составили 92 % от показателей 2019 года и показали устойчивый рост.

Положительная динамика притока туристического потока в республику наблюдалась в весенне-летний сезон 2022 года. За первое полугодие 2022 года она увеличилась на 48 % по сравнению с тем же периодом предыдущего года, загрузка отелей увеличилась на 8 %.

Несмотря на геополитическую ситуацию в мире, популярность Татарстана как одного из крупнейших туристических центров растет. По данным Ростуризма в летний период времени текущего года регион вошел в топ-десять самых популярных мест для отдыха, заняв в данном рейтинге шестую позицию.

Республика Татарстан максимально адаптируется к новым реалиям туристической деятельности, пытаясь найти новые точки роста и тренды, новые маршруты, которые сделают отдых жителей и гостей республики незабываемым. Хочется надеяться, что в условиях новых преобразований Министерству экономического развития России удастся максимально сконцентрировать ресурс на вызовах и приоритетах отрасли.

### **Список литературы**

1. Культура и туризм под ударом? [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.unesco.org/courier/2021-1/pandemiya-kultura-i-turizm-pod-udarom> (дата обращения: 25.11.22).
2. Основы гостеприимства и туризма: учеб. пособие / под ред. Е.Н. Артемова, В.А. Козлова. – Орел: ОрелГТУ, 2020. – 75–89 с.
3. Представители туристического сектора Татарстана рассказала о влиянии ковид – ограничений на бизнес [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tourdom.ru/news/predstaviteli-turisticheskogo-sektora-tatarstana-rasskazali-o-vliyanii-kovid-ogranicheniy-na-biznes.html> (дата обращения: 25.11.22).
4. Глава Ростуризма призвала страны G20 «деполитизировать» туризм [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.forbes.ru/society/478279-glava-rosturizma-prizvala-strany-g20-depolitizirovat-turizm> (дата обращения: 25.11.22).
5. Covid – 19 and tourism: an update [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy\\_brief\\_-\\_education\\_during\\_covid-19\\_and\\_beyond\\_russian.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_-_education_during_covid-19_and_beyond_russian.pdf) (дата обращения: 25.11.22).

6. Путин упразднил Ростуризм. Что важно знать [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rbc.ru/society/20/10/2022/6350e7d69a79475650e6cd68?ysclid=19ppxa381z87100515> (дата обращения: 25.11.22).

7. Власти Татарстана заявили о возвращении турпотока к доковидным показателям [Электронный ресурс]. – URL: <https://rt.rbc.ru/tatarstan/27/01/2022/61f16f7e9a794721be3df44a?ysclid=19pdmugrjm502910623> (дата обращения: 25.11.22).

8. Татарстан в 2022 году будет конкурировать с международными туристическими центрами [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tatar-inform.ru/news/ivanov-v-2022-godu-v-turizme-tatarstan-budet-konkurirovat-s-mezdunarodnymi-turcentrami-5852183?ysclid=19phdr7kkz918021469> (дата обращения: 25.11.22).

9. Туризм – 2020 и COVID – 19: туристическая отрасль в условиях пандемии и после нее [Электронный ресурс] – URL: <https://www.garant.ru/article/1376805/> (дата обращения: 25.11.22).

Danil Valerievich Lygin,  
Student,  
Elvira Ravilevna Sadykova,  
PhD, Associate Professor,  
University of Management "TISBI",  
Kazan, Russia

## **DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE CONDITIONS OF GLOBAL TURBULENCE (ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN)**

**Abstract.** This article examines the peculiarities of the functioning of the tourism industry during the coronavirus pandemic, measures of support at the federal and regional levels (on the example of the Republic of Tatarstan). In connection with the global economic and political crisis affecting many industries, including tourism, the article also revealed the prospects for the development of the tourism industry in the context of the global economic crisis on the example of the Republic of Tatarstan.

**Keywords:** pandemic, crisis, sanction policy, tourism, Republic of Tatarstan

**УДК 379.85**

Максим Игоревич Максимов,  
магистрант,  
Виктория Сергеевна Плотникова,  
к. п. н., доцент,  
Петрозаводский государственный университет,  
Петрозаводск, Россия

## **ДОСТУПНОСТЬ УСЛУГ ИСТОРИЧЕСКОГО ПАРКА «БАСТИОНЬ» ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию доступности услуг исторического парка «Бастионь» на предмет доступности его услуг людям, имеющим ограниченные возможности здоровья. Обеспечение равного доступа всех людей к архитектурной, транспортной и информационной среде является необходимой составляющей развития туристского бизнеса. Республика Карелия является популярным туристским регионом, а Сортавальский район, в котором находится парк, характеризуется достаточно высоким уровнем развития туристской инфраструктуры и как следствие большим потоком туристов. В статье представлено описание инфраструктуры парка, выполнен анализ доступности его услуг для людей с ограниченными возможностями здоровья. Проведенный анализ показал, что транспортная и архитектурная доступность парка «Бастионь» в целом удовлетворяет нужды основных категорий инклюзивных туристов. Но при этом есть необходимость создания системы навигации для незрячих людей, оборудование подъемов через пороги зданий, повышение информацион-

ной доступности парка через указание информации о его доступности в интернет-источниках, включение в сайт парка версии для слабовидящих посетителей.

**Ключевые слова:** инклюзивный туризм, люди с ОВЗ, доступность туристских услуг, исторический парк «Бастионь»

В современном обществе доступный туризм является важной составляющей частью процесса познания и досуга. Он дает возможность людям получить новые впечатления, информацию через погружение в атмосферу уникальных культурно-исторических и природных достопримечательностей.

В последние годы актуализируется значимость развития инклюзивного туризма. Его основные потребители: пожилые люди, семьи с детьми, маломобильные граждане, люди с нарушением зрения, слуха, с ментальными отклонениями, а также люди с нарушением опорно-двигательного аппарата. На международном и российском уровнях принят ряд документов, регламентирующих организацию инклюзивного туризма. В частности, в 2006 году Генеральной Ассамблеей ООН была принята Конвенция о правах инвалидов. Она направлена на то, чтобы призвать государство, частный бизнес принять соответствующие меры для обеспечения того, чтобы люди с ОВЗ имели равный доступ к архитектурной, транспортной и информационной среде. Регулирование прав людей с инвалидностью на доступ к объектам и услугам в нашей стране осуществляют ряд российских законов, в частности, Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации». Их дополняет группа законов, связанных с требованиями по созданию доступной среды: ФЗ № 384 «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» и требования по созданию доступных туристских продуктов и услуг: ГОСТ Р 32612-2014 «Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования» [1].

Но нормативно-правовое регулирование российского инклюзивного туризма не является решением всех проблем в данной сфере. Существует ряд проблем, которые требуют определенных действий. К данным проблемам можно отнести:

- отсутствие доступной транспортной системы общего пользования;
- недостаточная архитектурная доступность популярных туристских объектов;
- отсутствие профессионально обученного персонала, который мог бы оказывать своевременную помощь людям с ОВЗ и консультировать граждан по вопросам доступности туристских услуг;
- малое количество адаптированных гостиничных номеров, мест питания, санитарно-гигиенических комнат;
- недостаточность информационной доступности, люди с ОВЗ в редком случае могут найти на интернет-ресурсах информацию по поводу доступности туристического объекта и наличия на его территории определенных удобств.

Республика Карелия является популярным туристическим регионом России благодаря своему расположению и большому количеству интересных культурных и природных объектов. Ряд исследований по доступности популярных туристских достопримечательностей Карелии показывает достаточную доступность туристских услуг горного парка «Рускеала» [2], музея-заповедника «Кижи» [3], заповедника «Кивач» [4] для ряда категорий людей, имеющих ограниченные возможности здоровья. Часть маршрутов по данным объектам являются доступными и требования по их архитектурной, транспортной и информационной доступности выполняются.

Одним из новых, интересных и культурно важных объектов, появившихся в Карелии, стал исторический парк «Бастионь». Парк относится к паркам «живой истории» – месту, на базе которого посетители могут прикоснуться к прошлому. Парки такого типа являются стационарными площадками для проведения исторических мероприятий. Как правило, на их территории имеются различные жилые строения, ремесленные мастерские, фортификационные сооружения и прочие постройки, характерные для определенной эпохи, являющиеся не бутафорией, а капитальными строениями, которые можно использовать по прямому назначению.



Подобные парки существуют в разных регионах России, самые известные из парков такого типа:

– Парк живой истории «Форпост» (Московская область), представляющий реконструкцию средневекового городка второй половины двенадцатого – первой половины тринадцатого века, характерное для Германии, Франции и Англии, в котором есть башня со рвом, таверна, дома, ремесленные мастерские, сад.

– Парк «Русборг» (Липецкая область), посвященный эпохе викингов, состоящий из археологического парка, предлагающий лодочные театрализованные походы с ежегодным фестивалем Русборг, собирающим более тысячи участников.

– Парк «Ярь» (Краснодарский край), представляющий историю византийского торгового поста «Ярь», окруженный штурмовой стеной, прудами, домами и предназначенный для проведения фестивалей и турниров.

– Парк «Кауп» (Калининградская область), располагающийся на берегу озера и представляющий крепость викингов, на основе археологических раскопок, сделанных в Дании, это крепость, окруженная частоколом с домами, харчевнями и эллингами.

– Парк «Сугорье» (Вологодская область), включающий княжескую гридницу, дом викингов, ладью «Славянка», интерактивную кузницу, подземелье.

Данные парки в своей работе активно используют методы исторической реконструкции и театрализации и позволяют перенестись в атмосферу другого времени и разных исторических эпох, активно развивают событийные мероприятия, привлекающие большое количество участников.

Парк «Бастионъ» (Республика Карелия) является молодым парком, он начал свою работу в 2019 году. Главной идеей парка является его максимальная интерактивность, через которую можно ощутить атмосферу прошлых лет и погрузиться в прошлое в эпоху наскальных рисунков, викингов и войн двадцатого века.

Инфраструктура парка «Бастионъ» включает входную зону с продажей сувениров, кафе, музей живой истории эпохи викингов, музей живой истории «Четыре фронта», эко-площадку «Каменный век», выставку деревянных скульптур «Тайная жизнь насекомых», кафе и санитарно-гигиеническую зону. Рассмотрим доступность его услуг для инклюзивных туристов.

Парк находится на берегу залива Ладожского озера. Добраться до парка можно пешком, на машине или с экскурсионным автобусом. Парк располагается в десяти минутах езды от центра города Сортавала. Пешком от центра города до парка можно добраться за сорок минут неторопливой ходьбы по специально оборудованным тротуарам. Данная дорога доступна для людей с ОВЗ, но для людей с нарушением зрения не хватает тактильных указателей и предупреждающих полос.

У входа в парк находятся касса и сувенирный магазин, которые имеют небольшие пороги, доступные для прохождения маломобильным посетителям.

Первые зоны, в которые попадают посетители: эко-площадка «Каменный век» и выставка деревянных скульптур «Тайная жизнь насекомых», они расположены друг напротив друга и полностью доступны для посещения людей с ОВЗ с любой степенью инвалидности. Это зона, имитирующая культуру наскальных рисунков и лабиринтов.

Рядом с ними располагается санитарно-гигиеническая зона, имеющая туалет для людей с инвалидностью и кафе, представляющее собой открытую площадку, также имеющую доступность всех категорий посетителей. Внутри кафе выглядит уютно. Препятствий для маломобильных граждан нет.

Крепость «Черного медведя» – поселение викингов, для маломобильных граждан также доступна, за исключением их подъема по лестницам вокруг крепости. Будет трудно рассмотреть все детали, потому что подняться по лестнице наверх на колясках невозможно. Для слабовидящих потребуется помощь сопровождающих.

Для того, чтобы посетить Длинный дом – дом викингов, людям с ограниченными возможностями нужно только преодолеть небольшой порог. Сотрудники крепости – крепкие мужчины, при необходимости готовы оказать помощь в преодолении препятствий. Но лю-

дям с нарушением зрения необходимы тактильные предупреждающие полосы, хотя бы при выходе к воде. За домом викингов находится лодочный сарай и пристань на залив Ладожского озера, которая напоминает фьорд. Кузница, оружейный дом, мастерские также доступны для всех категорий посетителей. Положительно, что многие экспонаты можно трогать руками, изучая их тактильно. Экскурсии по разным зонам крепости проходят каждый час.

Музей «Четыре фронта» находится в некоторой стороне от остальных локаций, к нему ведет отдельная дорога. По пути к музею находится реконструированная землянка, в которую можно попасть через окопы. Люди на инвалидных колясках в эту зону не попадут, чтобы увидеть все ее детали, но со стороны она просматривается достаточно хорошо. В музее будет не слишком удобно передвигаться на колясках, но остальным категориям инклюзивных туристов он будет удобен. Большое количество экспонатов можно трогать руками, звучит атмосферная музыка, а сотрудники музея в тематической одежде проводят экскурсии каждый час.

Таким образом, транспортная и архитектурная доступность парка «Бастионь» удовлетворяют нужды основных категорий инклюзивных туристов. Территория облагорожена ступеньками, мостками, широкими грунтовыми дорожками. Но в качестве рекомендаций следует отметить, что для преодоления порогов в некоторые помещения выставки, необходимо установить пандусы и на территории всего парка необходима тактильная желтая разметка для слабовидящих и незрячих людей.

Информационная доступность парка требует улучшений. Интернет-сайт парка «Бастионь» дает информацию для людей с ОВЗ, указывая лишь возможность получения ими бесплатных билетов при посещении парка. Но уточняющей информации по поводу доступности данного объекта и о том, что парк предоставляет сопровождающего для человека с инвалидностью, нет. Навигация исторического парка хорошая, но слабовидящим и людям, имеющим нарушения опорно-двигательного аппарата лучше пользоваться услугами сопровождающего. Инвалидам по зрению не хватает информационных стендов и указателем с шрифтом Брайля.

Таким образом, исторический парк «Бастионь» имеет большой туристический потенциал. Познавательная информация дается в доступном и увлекательном виде, доступна детям и интересна взрослым. На территории парка каждый час в разных зонах проводятся экскурсии, их познавательная ценность высока и материал доступен для разного возраста посетителей. Продуманы локации для досуга разных категорий посетителей: есть мастер-классы по стрельбе из лука, по изготовлению свечей, ткацких и гончарных изделий. Но для того, чтобы сделать пребывание инклюзивных туристов более комфортным необходимо создать систему навигацию для незрячих людей, оборудовать подъемы через пороги зданий, указать информацию в интернет-источниках о доступности посещения парка людей с ОВЗ, доработать сайт парка, добавив версию для слабовидящих посетителей.

### **Список литературы**

1. Якименко М.В., Русева О.З. Обзор современного состояния и перспективы развития инклюзивного туризма в России: формирование комплексного представления // Сервис в России и за рубежом. – 2021. – Т. 15. – № 3. – С. 27–36. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-3-27-36.
2. Плотникова М. Д. Доступность услуг горного парка Рускеала, для людей, имеющих проблемы опорно-двигательного аппарата // E-Scio. – 2021. – № 5(56).
3. Плотникова В.С., Плотникова М.Д. Доступность услуг музея-заповедника «Кижь» для людей, имеющих проблемы опорно-двигательного аппарата. // Экономика и управление гостеприимством территории. – Великий Новгород, 2021. – С. 90–94.
4. Плотникова В.С. Плотникова М.Д. Доступность экскурсионных маршрутов заповедника «Кивач» для людей с инвалидностью // Современные проблемы туризма и сервиса. – М.: РНИ РГУТИС, 2021. – С. 281–285.

Maxim Igorevich Maximov,  
Master Degree Student,  
Victoria Sergeevna Plotnikova,  
PhD, Associate Professor,  
Petrozavodsk State University,  
Petrozavodsk, Russia

## ACCESSIBILITY OF THE SERVICES OF THE HISTORICAL PARK "BASTION" FOR PEOPLE WITH DISABILITIES

**Abstract.** The article is devoted to the study of accessibility of services of the historical park "Bastion" in terms of accessibility of its services to people with disabilities. Ensuring equal access for all people to architectural, transport and information environment is a necessary component of tourism business development. Republic of Karelia is a popular tourist region, and Sortavala district, where the park is located, is characterized by a rather high level of tourist infrastructure development and, as a consequence, a large flow of tourists. The article describes the park's infrastructure and analyses accessibility of its services for people with disabilities. The analysis showed that the transport and architectural accessibility of the park "Bastion" in general meets the needs of the main categories of inclusive tourists. But there is a need to create a navigation system for blind people, to equip the entrances through the thresholds of buildings, to increase the information accessibility of the park through the indication of information about its accessibility in the Internet sources, the inclusion of a version for visually impaired visitors in the park's website.

**Keywords:** inclusive tourism, people with disabilities, accessibility of tourism services, historical park "Bastion"

УДК 338.486

Айше Марленовна Мефаева,  
студент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

**Аннотация.** Предмет изучения данной статьи – современное положение и специфика развития отрасли туризма на территории Крыма. Фактической основой для анализа стали данные о туристическом потоке в данный регион. Автором предложен ряд сценариев по содействию развитию туризма на данной территории.

**Ключевые слова:** гостиничный комплекс, санаторно-курортные учреждения, культурно-исторические памятники, Крымский полуостров, туристический маршрут

Природно-климатический и историко-культурный факторы, несомненно, наделяют Республику Крым значительными ресурсами для развития потенциала как туристической дестинации. В Крыму развиты фактически все виды туризма – от культурно-познавательного до экстремального. Следует отметить, что все туристские ресурсы на территории Республики Крым являются достоянием Республики Крым и доступны для ознакомления и применения независимо от формы собственности [1].

«Анализ состояния гостиничных комплексов на территории Республики Крым показывает, что имеется 770 коллективных средств размещения на 1 582 спальных места, из них 144 учреждения с санаторно-курортным лечением, 216 объектов после улучшения оздоровительного обслуживания. Еще 410 учреждений предоставляют услуги временного размещения. Таким образом, количество пунктов обслуживания и ремонта составляет 361 единиц» [3. С. 281].

«В круглогодичном использовании предусмотрены 139 санаторно-курортных учреждений (в том числе 73 объекта размещения государственной формы собственности в Республике Крым) и 162 гостиничных учреждения» [6. С. 188]. Таким образом, количество круглогодичных общественных мест недостаточно для обеспечения пропускной способности курортно-туристской сферы, деятельности туристско-рекреационных кластеров и устойчивой занятости населения Республики Крым.

«Развитию туризма также будет способствовать улучшение управления санаториями. Категория здравниц в Республике Крым представлена следующими основными видами размещения: санаториев – 93, детских санаториев, медицинских центров – 31, пансионатов с управлением – 16, гостиниц с управлением – 4. Отличительной особенностью является территориальное расположение специализированных санаториев в городском округе Ялта. При этом большинство детских санаториев сосредоточено в столичном округе Евпатории. В категорию учреждений, способных оздоровить, входит 216 объектов: пансионаты – 130, детские оздоровительные лагеря – 77, спортивно-оздоровительные базы – 8, учебно-оздоровительные центры – 1, в том числе первичная врачебная консультация, СПА-услуги, программа диетического питания, пляж, бассейн, сауна и т. д. Также на территории Республики Крым насчитывается более 4,5 тыс. домохозяйств, оказывающих услуги временного проживания, и порядка 14 тыс. арендаторов» [6. С. 188].

На территории Республики Крым имеется более 11,5 тысяч памятников истории, культуры и архитектуры, имеющих отношение к разным историческим эрам, цивилизациям и религиям. Имеется 26 месторождений целительных грязей и рапы и более 100 источников минеральной воды разного химического состава.

Природа Крыма – музей. В мире мало мест, где настолько переплелись бы такие разнообразные, удобные и красивые места. Во многом они обусловлены уникальными природными условиями, рельефом, климатом полуострова.

На территории Крыма функционирует 27 туроператоров, самые востребованные из них: «Сезон путешествий», «Голубая Лагуна» и «Альбатрос-Крым».

Отдых в Крыму условно можно разделить на группы: летний отдых, зимний отдых и весенне-осенний отдых. Летних отдых (май – октябрь) включает в себя пляжный туризм, активный отдых, экскурсионный туризм и базируется, как правило, в городах ЮБК, как Ялта, Алушта, Феодосия, Саки, Судак, Евпатория. Зимний отдых (декабрь-январь) включает в себя горнолыжные курорты, их в Крыму всего два: плато Ай-Петри и Ангарский перевал. Весенне-осенний отдых включает в себя спокойные экскурсионные маршруты (например, тропа через Арпатские водопады) и базируются, как правило, в центральной части Крыма в удаленности от моря.

Самые популярные туристические маршруты в Крыму, как правило, проходят через Крымские горы. Горы в Крыму невысокие, но красивые. Есть много простых пешеходных маршрутов, по которым ведут пешеходные тропы: пересечение скал, пещер, горных ручьев и водопадов. Наибольшей популярностью у туристов пользуется тропа от села Генеральского к водопаду Джур-Джур. Далее по популярности идет маршрут через водопад Су-Учхан и Красные пещеры. Здесь туристы получают возможность прогуляться по оборудованной части пещеры и увидеть один из самых больших сталактитов в Европе. На третьем месте по популярности стоит тропа через Арпатские водопады. Единственный минус этой тропы в том, что летом водопад практически полностью пересыхает, поэтому посещать его лучше весной.

Современное состояние Республики Крым характеризуется переменами во всех сферах социальной жизни на полуострове, вызванными изменением государственности, что требует от государства постановки свежих задач по развитию туристической отрасли в регионе.

В Республике Крым городам-курортам отводится значимая роль в обслуживании туристов и дестинаций. К ним относятся Ялта, Алушта, Феодосия, Саки, Судак и Евпатория. Эти дестинации обслуживают практически 2/3 всех туристов, хотя здесь проживает около 20 % всего населения полуострова. Города-курорты обладают огромным культурно-историческим

и национально-этнографическим потенциалом и имеют все требования для познавательно-курортного туризма [2].

В число увеличения отдыхающих с 2014 года входит ввод в эксплуатацию Крымского моста, строительство нового международного аэропорта Симферополя и развитие туристической сферы на полуострове. Каждый год в Крыму наблюдается значительный процент прироста отдыхающих. Новый аэропорт Симферополя принял за эти годы 18 миллионов пассажиров, а с 2014 года в аэропорту Симферополя – 33 миллиона пассажиров. Наибольшее количество туристов Крыма обычно прибывают из столицы России, Московской области, Санкт-Петербурга, Приволжского, Уральского федеральных округов.

Перспективный вид туризма в Крыму – экологический туризм. Республика Крым обладает важными природно-климатическими ресурсами и различными ландшафтами для успешного развития «зеленого» туризма. Как раз вследствие этого в регионе ежегодно разрабатываются новые экологические маршруты. Наибольшей популярностью в 2022 году пользуются 3–5-дневные экологические экскурсии, к примеру, «33 удовольствия Крыма», «Хочу в Ялту!», «Крымская кругосветка».

Несмотря на перечисленную выше положительную динамику, имеется ряд угроз и факторов, сдерживающих полноценное развитие туризма в Крыму. Самая главная проблема развития туризма в Крыму – это сезонность [4]. Большинство видов туризма в Крыму зависят от погодных условий, имеют, как правило, летнюю сезонность. В связи с этим можно отметить как минимум семь месяцев, характеризующихся низкими показателями продаж, что сказывается как на покупательной способности населения, так и на развитии региона.

Еще одним явлением в сфере туризма в Крыму является нехватка квалифицированных кадров. Учитывая сезонный характер наплыва туристов, большинство санаториев и туркомплексов не могут иметь обслуживающего персонала, работающего в течение всего года. Таким образом, занятость в этой сфере считается сезонной подработкой, что, безусловно, сказывается на качестве обучения сотрудников.

Для минимизации сезонных изменений нужны новые виды продукции, способные облегчить поток туристов 365 дней в году [5. С. 249]. Вследствие этого возникает улучшение развития культурно-познавательного, оздоровительного, делового туризма. Также можно сосредоточиться на укреплении и улучшении организаций, предлагающих туристские продукты для обслуживания туристов в течение всего года. Помимо притока дополнительных финансовых ресурсов, это даст толчок к оттоку высококвалифицированной рабочей силы из сферы услуг на полуострове.

Чтобы заинтересовать не только туристов из разных регионов России, но и больше туристов из иных государств, важна масштабная PR-кампания Крымского полуострова, содействующая созданию положительного имиджа в регионе [5. С. 256]. Информационная сеть может быть применена как инструмент, где в открытом доступе станет публиковаться информация о курорте, культурных мероприятиях и объектах полуострова. Документальные фильмы о Крымском регионе, показанные в ряде других стран, могли бы сыграть хорошую роль, так как это повысит осведомленность населения о полуострове. Еще стоит рассмотреть вариант представления региона на выставках, приуроченных к отдыху и туризму.

Республика Крым имеет выгодное положение и мощный туристско-рекреационный потенциал, впрочем, еще содержит ряд проблем для полноценного развития туризма на территории республики. Однако есть пути решения данных проблем.

Для содействия развитию туризма и решению смежных проблем в Республике Крым считаем нужными следующие рекомендации:

- разработка концепций развития туристических территорий, в том числе инвестиционный портфель для развития туристических направлений в Республике Крым;
- улучшение условий санаторно-курортных и оздоровительных центров;
- усовершенствование существующего потенциала туристической отрасли;
- разработка свежих туристических товаров, специализированных для групп туристов;

- разработка туристских маршрутов и турпродуктов с учетом потребностей переводовых туристов;
- повышение квалификации руководителей и специалистов;
- создание бренда в Республике Крым, который будет знаком всем и, возможно, даже станет символом Крыма; его продвижение на международном и внутреннем рынках.

### Список литературы

1. О туристской деятельности в Республике Крым: Закон Республики Крым от 14 августа 2014 г. № 51-ЗРК // Российская газета [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rg.ru/2014/08/21/krim-zakon51-regdok.html> (дата обращения: 13.11.22).
2. Министерство курортов и туризма Республики Крым [Электронный ресурс]. – URL: <https://minkurort.ru/> (дата обращения: 13.11.22).
3. Лайко М.Ю., Валединская Е.Н., Кошелева А.И. Анализ соответствия средств размещения Республики Крым российским и международным классификационным требованиям // Инновации и инвестиции. – 2014. – № 10. – С. 279–283.
4. Ромашина Н.А. Проблемы развития туризма в Республике Крым // Международный студенческий научный вестник. – 2017. – № 6 [Электронный ресурс]. – URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=17839> (дата обращения: 13.11.22).
5. Шевченко А.А. Социально-экономические предпосылки развития туристско-рекреационных кластеров в Крымском и Южном федеральных округах // Крымский научный вестник. – № 4. – 2015. – Т. 1. «Экономические науки». – С. 249–259.
6. Харитонов Д., Никольская Е.Ю. Актуальные проблемы развития туризма в Республике Крым // Инновационная наука. – № 12-1. – 2015. – С. 187–191.

Ayshe Marlenovna Mefayeva,  
Student,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### SPECIFICS OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF CRIMEA

**Abstract.** The subject of this article is the state and prospects of development of the tourist market in the territory of the Republic of Crimea. Based on the analyzed data, the peculiarities of tourism development on the Crimean Peninsula are revealed. The statistics of the tourist flow over the past few years have been studied. Recommendations are proposed in order to improve the development of tourism and solve problems in the Republic of Crimea.

**Keywords:** Republic of Crimea, analysis, prospects, specifics, ecological tourism

Айдар Шамильевич Муллаянов,  
к. и. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ТУРИСТИЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ ИСПАНИИ

**Аннотация.** В данной статье анализируется влияние глобального феномена – пандемии коронавирусной инфекции – на динамику туристической отрасли в Испании. На основе анализа оригинальных источников проведен сравнительно-сопоставительный анализ основных количественных показателей въездного туризма в Испанию до пандемии и в условиях распространения COVID-19.

**Ключевые слова:** туризм, пандемия, Испания, мировая экономика

Темп и масштаб распространения новой коронавирусной инфекции, зародившейся в начале 2020 года в Ухани (КНР), были настолько стремительны и значительны, что Всемирная организация здравоохранения 11 марта 2020 года официально охарактеризовала эту ситуацию как пандемию [1].

Таким образом, коронавирус был признан глобальной проблемой. Сегодня известна степень влияния феномена COVID-19 на экономику, демографию, здравоохранение, образование и многие другие сферы жизни.

Одним из государств, пострадавших от пандемии коронавируса, стала Испания. Рассмотрим на последующих страницах, каким образом повлиял данный форс-мажорный фактор на такую отрасль экономики Королевства Испания, как туризм, с учетом локального развития ситуации.

Прежде чем перейти к контексту влияния пандемии коронавируса на сферу туризма в Испании, остановимся на ключевых показателях допандемийного периода. Известно, что Испания – одна из наиболее популярных в мире туристических дестинаций. По количеству прибытий эта страна занимает второе место в мире: по данным на 2019 год границы Королевства с целью туризма пересекли 83,5 млн человек [2]. Страна по этому показателю расположилась на 2 месте в мире, пропустив вперед только Францию, в которую в 2019 году прибыло 89,4 млн зарубежных туристов [3].

Уровень развития туристической отрасли в государстве характеризуется еще и такими статистическими показателями, как а) доля отрасли в валовом внутреннем продукте (ВВП) страны; б) вклад отраслей туризма в общую занятость (в %); в) соотношение показателей изменения ВВП экономики и объема ВВП, обеспеченного отраслью туризма («туристического» ВВП).

Представим динамику индикаторов а) и б) до пандемии коронавируса в виде следующей таблицы:

Таблица 1

### Вклад туризма в ВВП и создание рабочих мест, 2015–2019 гг. (в %)

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
Доля туризма к ВВП	11,1	11,3	12,1	12,2	12,6
Вклад туризма в общую занятость	12,1	12,3	12,6	12,8	12,7

*Источник:* составлено автором по [4].

Как видим, туризм в качестве сферы услуг играет значимую роль в совокупном развитии экономики современной Испании. Прослеживается прямая зависимость между динамикой ВВП и индикаторами доходов, полученных в сфере туризма. При этом также очевидно, что туризм не может являться единственным источником экономического роста для многоотраслевой экономики современной постиндустриальной Испании. Однако доля туризма как катализатора экономического развития страны достаточно высока (табл. 2).

## Темпы изменения ВВП экономики и ВВП туризма, 2015–2019 гг. (в %)

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
ВВП экономики	3,8	6,8	6,9	1,7	3,0
ВВП туризма	3,7	3,0	3,0	2,3	2,0

Источник: составлено автором по [4, 5].

Коронавирусная инфекция, безусловно, стала фактором внезапной дестабилизации экономического роста туристической сферы. Пандемия стала «черным лебедем» для отрасли. Экономическую жизнь в Испании парализовал всеобщий карантин. 14 марта 2020 года, когда в Испании в течение одного дня было зарегистрировано около 6 000 случаев заболевания и 200 смертей, Совет министров объявил чрезвычайное положение на всей территории страны [6]. «Жесткий» карантин длился с 14 марта по 20 июня 2020 года. Свобода передвижения граждан была ограничена, и они могли передвигаться по дорогам общего пользования только для покупки продуктов питания, лекарств и предметов первой необходимости, для посещения медицинских центров, рабочих мест, финансовых или страховых учреждений, для оказания помощи пожилым, несовершеннолетним, зависимым или особо уязвимым людям, а также по форс-мажорным причинам. Также были закрыты торговые предприятия, за исключением тех, которые связаны с продажей продуктов питания, товаров для здоровья и гигиены, газет и канцелярских товаров, техники, автозаправочных станций, табачных магазинов, химчисток и прачечных, при условии, что они принимают меры предосторожности, чтобы избежать скопления людей. Также была приостановлена деятельность гостиниц и предприятий общественного питания, но доставка товаров на дом могла продолжаться [6].

В отношении туризма также были приняты жесткие ограничения. Так, 16 марта 2020 года министр внутренних дел Фернандо Гранде-Марласка объявил о восстановлении контроля на сухопутных границах Испании с соседними странами. Въезд был разрешен только испанским гражданам или резидентам, работникам трансграничных служб, для перевозки товаров и в связи с форс-мажорными обстоятельствами. Эти ограничения были распространены на национальные порты и аэропорты 22 марта, с аналогичными исключениями, включая жителей Европейского Союза или Шенгенской зоны, возвращающихся в места своего проживания, обладателей долгосрочных виз, медицинский персонал, прибывающий для осуществления своей деятельности, и летный персонал, необходимый для развития коммерческой авиационной деятельности. В пределах собственных границ Испании 17 марта было закрыто морское и воздушное сообщение с материком в Сеуту и Мелилью, а 19 марта было ограничено морское и воздушное сообщение материковой Испании с Балеарскими и Канарскими островами, а также между самими названными островами.

В сложившейся обстановке туризм был поставлен «на паузу». В связи с экспоненциальным ростом количества заразившихся и умерших от пандемии коронавируса, о въездном туризме в Испанию, равно как и в другие страны и регионы мира в период с марта по июнь 2020 года, и это вполне справедливо, следует говорить, как об объективно «парализованной» отрасли в силу жизненных обстоятельств: когда речь шла о спасении жизней сотен тысяч людей, мерах по тотальной дезинфекции, массированном тестировании, контроле за перемещением людей, соблюдении самоизоляции и других жизненно важных вопросах, говорить о туризме как массовом феномене было бы полным безумием. Совершались лишь поездки в страну по форс-мажорным обстоятельствам. На пике пандемии, в мае 2020 года, в Испанию прибыло около 43 694 международных путешественников, что на 99,5 % меньше, чем в том же месяце прошлого года. Число ночевков в отелях в мае упало на 99,2 %.

Как мы отметили выше, на туристический сектор Испании приходится более 12% ВВП, поэтому кризис здравоохранения серьезно повлиял на экономику страны.

Только на Тенерифе эти потери составили около 4,2 миллиарда евро. Операция «Пересечение пролива» (ОРЕ), которая позволяет путешествовать из всей Европы в страны Ма-



гриба, была отложена из-за ограничений, вызванных пандемией. Отмена различных массовых мероприятий оказала серьезное экономическое воздействие: в Валенсии отмена фестивалей *Las Fallas* и *La Magdalena* привела к накопленным убыткам в размере 700 миллионов евро. Развлекательные заведения были вынуждены сократить свою вместимость и увеличить расходы, приняв беспрецедентные меры гигиены и безопасности.

Острая фаза кризиса здравоохранения в связи с распространением коронавируса в Испании закончилась к июню 2020 года. В сложившейся ситуации 18 июня была запущена кампания «Испания для уверенности» для привлечения иностранных туристов. 18 июня тогдашний министр иностранных дел Аранча Гонсалес объявила, что гражданам Великобритании и ЕС будет разрешен въезд в Испанию без карантина с 21 июня, когда закончится действие Декрета о чрезвычайном положении.

22 июня после открытия национальных границ с остальными европейскими странами прибыло сто рейсов. Во избежание заражения путешественники проходили три уровня контроля. Дальнейшей мерой по снижению масштабного кризиса стала ставка на внутренний туризм. Была запущена инициатива «Всей семьей по Испании»: 90 % испанских семей решились провести отпуск на территории своей страны, а не выезжать за границу.

В целом 2020 год объективно стал худшим годом для въездного туризма в Испании: турпоток сократился на 77 % и составил 18,96 млн человек [7].

Влияние пандемии COVID-19 на туристическую отрасль Испании заметно ослабло в 2021 году. Это связано в первую очередь с проведением массовой вакцинации населения, последовавшей за ней выработкой «коллективного иммунитета» и ослаблением вирусных штаммов. В 2021 году можно говорить о начавшемся ослаблении пандемии и возрождении рынка въездного туризма: падение «туристического ВВП» в 2020 году на 56,8 % было почти компенсировано на следующий год, когда показатель вырос на 49,1 %. Число зарубежных туристов возросло за 2021 год на 31,1 млн человек. Однако динамика роста ВВП страны, значительно «просевшая» в пиковый год коронавирусного кризиса в стране, восстановилась в 2021 году менее чем наполовину. Резюмируем данные по ВВП в виде табл. 3.

Таблица 3

**Темпы изменения ВВП экономики и ВВП туризма, 2020 – 2021 (в %)**

<b>Показатель</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ВВП экономики	-11,3	5,5
ВВП туризма	-56,8	49,1

*Источник:* составлено автором по [4].

Таким образом, пандемия COVID-19 оказала значительное негативное влияние на развитие туристической отрасли Испании. Особенно значительное падение рынка въездного туризма произошло в 2020 году, когда на глобальном уровне не имелось эффективных инструментов для преодоления кризиса здравоохранения. Однако с появлением вакцины от коронавируса, организацией массовой иммунизации населения, внедрением новых протоколов лечения, наконец, ослаблением штаммов коронавируса, началось восстановление туристической отрасли. Испании удалось достаточно быстро выйти на траекторию восстановительного роста.

**Список литературы**

1. WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19. – 11 March 2020 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020> (дата обращения: 22.11.22).

2. España – Turismo internacional [Электронный ресурс]. – URL: <https://datosmacro.expansion.com/comercio/turismo-internacional/espana>
3. Dossier de l'été 2019: les chiffres clés du tourisme français [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.lechotouristique.com/article/dossier-de-lete-2019-les-chiffres-cles-du-tourisme-francais> (дата обращения: 22.11.22).
4. Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE) Serie 2016 – 2021 [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.ine.es/prensa/cst\\_2021.pdf](https://www.ine.es/prensa/cst_2021.pdf) (дата обращения: 22.11.22).
5. El turismo aportó 124.000 M € a la economía española en 2015 [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.hosteltur.com/114522\\_turismo-aporto-124000-m-economia-espanola-2015.html](https://www.hosteltur.com/114522_turismo-aporto-124000-m-economia-espanola-2015.html) (дата обращения: 22.11.22).
6. Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Ref.: BOE-A-2020-3692 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2020/03/14/463/con> (дата обращения: 22.11.22).
7. El año negro del turismo: España recibió 18,96 millones de viajeros extranjeros en 2020, un 77% menos [Электронный ресурс]. – URL: <https://elpais.com/economia/2021-02-03/el-turismo-cifra-su-debacle-espana-recibio-189-millones-de-viajeros-extranjeros-en-2020-un-77-menos.html> (дата обращения: 22.11.22).

Aydar Sh. Mullayanov,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### **THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE SPANISH TOURISM INDUSTRY**

**Abstract.** This article analyzes the impact of a global phenomenon – the coronavirus pandemic – on the dynamics of the tourism industry in Spain. Based on the analysis of original sources, a comparative analysis of the main quantitative indicators of inbound tourism to Spain before the pandemic and in the conditions of the spread of COVID-19 was carried out.

**Keywords:** tourism, pandemic, Spain, world economy

**УДК 379.852**

Ленар Наилович Салимов,  
д. э. н., профессор,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### **ВЛИЯНИЕ ЛЕСНЫХ ВАНН НА ОЖИДАЕМУЮ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНИ И ЭКОНОМИЧЕСКУЮ АКТИВНОСТЬ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ**

**Аннотация.** Проанализированы результаты научных исследований в области влияния лесных ванн на ожидаемую продолжительность жизни и экономическую активность пожилых людей. Для идентификации передовых достижений современной науки были проанализированы публикации, изданные в 2022 году. Репрезентативность тематического обзора обеспечена посредством использования результатов тех научных исследований, которые осуществлялись в разных странах (Китай, Финляндия, Турция, Иран, Нигерия, Малайзия, Корея, Польша и др.).

**Ключевые слова:** лесные ванны, продолжительность жизни, экономическая активность, пожилые люди

Результаты анализа влияния практики лесных ванн на ожидаемую продолжительность жизни представлены в следующих научных работах. В научной статье «Лесная ванна лучше, чем прогулка в городском парке: сравнение сердечной и сосудистой функции между город-

скими и лесными парками» были представлены результаты исследования, проведенного на пяти лесных тропах в экспериментальном лесу и в пяти городских парках в Тайване. В исследовании приняли участие 25 взрослых добровольцев, в том числе 14 человек для экспериментального исследования в лесопарках и 11 человек – в городских парках. У испытуемых измеряли формы волны артериального давления с помощью осциллографического прибора для измерения артериального давления и, таким образом, доказали потенциально благотворное воздействие упражнений при ходьбе в лесопарках на сердечно-сосудистые функции [1]. Группа турецких ученых – Ауца Balmumcu и Gülfer Doğan Pekince, – исследовали эффективность лесных ванн в неожиданном контексте: они сравнили лесные ванны (Shinrin-Yoku) с такой альтернативой, как лесотерапия (Shinrin-Ryoho) в контексте влияния обеих методик на здоровье женщин [2].

Представляет интерес результаты бакалаврской диссертации Evgenia Lyu на тему «Проблемы внедрения традиционной йоги в Финляндии»; автор диссертации отметил, что ведущей целевой группой современной йоги, как правило, являются женщины в возрасте от 22 до 40 лет, которые ведут активный и здоровый образ жизни, но наиболее быстрорастущие возрастные группы Финляндии – это пожилые люди (в возрасте от 60 лет и старше). Поэтому для развития традиционной йоги в Финляндии предлагается интеграция лесных ванн и финской сауны, особенно в Лапландии [3].

Группа нигерийских ученых в совместном научном исследовании на тему «Природные ресурсы для здоровья человека (Готовность приобретать, делиться знаниями и назначать лесные ванны медицинскими работниками в Нигерии)» выявили возрастные, гендерные и иные особенности тех медицинских работников в Нигерии, которые проявили готовность использовать лесные ванны в профессиональной деятельности. Были проанализированы перекрестные данные о 371 медицинских работниках (включая 215 врачей; 103 медсестры, 53 фармацевта) из учебных и военных госпиталей в Порт-Харкоте. Около половины (49,9 %) медицинских работников знали о важности леса, в основном как источника лекарств/трав. Однако только 16,4 % медицинских работников знали о лесных ваннах, из которых только 4,6 % прописывали его пациентам. Онлайн-поиск в Интернете и семинары (конференции) были доминирующими подходами к приобретению и обмену знаниями, соответственно. В то время как результаты полиномиальной логистической регрессии показали, что возраст является важным фактором, влияющим на готовность медицинских работников приобретать знания о лесных ваннах, многолетний опыт был признан важным фактором, объясняющим готовность медицинских работников делиться знаниями о лесных ваннах. Анализ гендерной специфики показал, что врачихи женщины более склонны назначать лесные ванны, чем их коллеги-мужчины. Таким образом, результаты исследования нигерийских ученых раскрывают потенциал применения лесных ванн в контексте развития национальной системы здравоохранения [4].

Группа ученых из Гонконга – Yang Y., Lu Y. и Jiang B., – в научной статье «Воздействие зеленых насаждений, нормированное по численности населения, связано с более низкими показателями смертности от COVID-19: общенациональное исследование «Dose-response» в США» уточнили механизм позитивного влияния лесных ванн на сокращение смертности от COVID-19. Вышеуказанный исследовательский коллектив выдвинул гипотезу: контакт с зелеными насаждениями может снизить смертность от COVID-19 за счет увеличения воздействия биогенных летучих органических соединений и микробиоты окружающей среды, снижения психологического стресса и воздействия загрязнения воздуха, а также увеличения физической активности. Контакт с лесами увеличивает воздействие фитонцидов (например, терпенов, лимонена и пинена), которые представляют собой биогенные летучие органические соединения, синтезируемые и выбрасываемые в воздух деревьями. Эти летучие органические соединения могут компенсировать сниженную концентрацию НК-клеток (так называемых «естественных киллеров»), повышать НК-защиту и ослаблять избыточные воспалительные реакции у пациентов с тяжелыми заболеваниями. Лесные ванны увеличивает количество НК-клеток и их активность, что приводит к активации рецепторов, которые распознают инфицированные вирусом клетки и запускают процессы цитотоксичности [5].

Группа малазийских ученых – Azhar A. S. N., Hussain M. R. M. и Tukiman I., – в совместной научной статье «Городские зеленые насаждения для устойчивого состояния окружающей среды в связи с пандемическими кризисами» сформулировали следующие выводы: городские зеленые насаждения улучшает функцию иммунной системы, увеличивают социальный капитал и сплоченность, снижают смертность и увеличивают ожидаемую продолжительность жизни, уменьшают потенциальные негативные последствия для здоровья и делают благоустройство городов более здоровым. Вышеуказанный исследовательский коллектив продемонстрировал преимущества городских зеленых насаждений во время пандемий, например, улучшение психического здоровья и снижение стресса, улучшение физического здоровья, снижение риска передачи заболеваний и улучшение социальной сплоченности [6].

Группа корейских ученых – Park E. Y., An M. Y. и Sung J. H., – в совместной научной статье «Подарок из леса: Интервью фокус-групп о лесном опыте выживших после рака» сделали следующие выводы: во-первых, люди, пережившие рак, осознали лечебное воздействие лесов; во-вторых, леса также стали источником вдохновения для людей, переживших рак. В рамках вышеуказанного исследования с 29 июля по 12 августа 2021 года были проведены четыре фокус-групповых интервью с людьми, пережившими рак, которые посетили леса в Южной Корее. Интервьюируемыми были 21 женщина, перенесшие рак, со средним возрастом 58,4 (возрастной диапазон 44–69) лет. Интервью в фокус-группах выявили три темы и 10 подтем, касающихся субъективных восприятий и опыта, связанных с лесами. Основными темами были следующие: пробужденные телесные чувства и очарование лесом; лечебный эффект; источник вдохновения. Эти три темы отражают влияние лесного опыта на жизнь участников и ценность, которую они извлекли из этого опыта. Участники сочли этот опыт подарком лесов. В частности, они испытали эстетическое обогащение и восстанавливающие эффекты, такие как повышение уровня энергии, снижение усталости и защита от перепадов настроения. Наконец, леса были источником вдохновения, которое привело участников к личностному росту. Вышеуказанный исследовательский коллектив корейских ученых считает, что мероприятия в лесу по оказанию поддерживающей онкологической помощи могут соответствовать ценностям и предпочтениям пациентов и служить безопасным пространством, где они могут чувствовать заботу [7].

Влияние ожидаемой продолжительности жизни на экономическую активность пожилых людей проанализировано в ряде научных работ. В частности, группа иранских и турецких ученых в совместной статье «Исследование взаимосвязи между качеством жизни и приверженностью к физической активности с ожидаемой продолжительностью жизни в свободное время у пожилых людей» в 2021 году провело полевое исследование 565 пожилых людей, которые проводят свой досуг, занимаясь физическими упражнениями в парках иранского города Мешхед. Согласно результатам вышеуказанного исследования, повышение приверженности к физической активности может привести к увеличению продолжительности жизни пожилых людей, в конечном счете обеспечивая им хорошее качество жизни [8]. Группа польских ученых в совместной научной работе «Положение пожилых людей в Польше в период COVID-19», сравнивая уровень различных видов активности пожилых людей в Польше до начала COVID-19 и в период вышеуказанной пандемии выявили две причины профессиональной бездеятельности обследуемой выборки: во-первых, выход на пенсию; во-вторых, заболевание или инвалидность [9].

### **Список литературы**

1. Tsao T. M. et al. Forest Bathing Is Better than Walking in Urban Park: Comparison of Cardiac and Vascular Function between Urban and Forest Parks // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. – 2022. – Т. 19. – № 6. – С. 3451.
2. Balmumcu A., Pekince G. D. Kadın Sağlığında Orman Banyosu (Shinrin-Yoku) ve Orman Terapisinin (Shinrin-Ryoho) Etkileri // *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*. – Т. 15. – № 1. – С. 1–1.
3. Lyu E. Challenges of Traditional Yoga Implementation in Finland. – 2022. – С. 46.

4. Aiyeloja A. A. et al. Natural Resources for Human Health. – 2022. – С. 433–442.
5. Yang Y., Lu Y., Jiang B. Population-weighted exposure to green spaces tied to lower COVID-19 mortality rates: a nationwide dose-response study in the USA // Science of The Total Environment. – 2022. – Т. 851. – С. 158333.
6. Azhar A. S. N., Hussain M. R. M., Tukiman I. Urban Green Space for Sustainable Environmental Health in Relation to Pandemic Crises // International Journal of Built Environment and Sustainability. – 2022. – Т. 9. – № 2-2. – С. 87–98.
7. Park E. Y., An M. Y., Sung J. H. A Present from the Forest: Focus Group Interviews on Cancer Survivors' Forest Experiences // Asia-Pacific Journal of Oncology Nursing. – 2022. – С. 100–105.
8. Mobaraki N. et al. Investigating the Relationship between Quality of Life and Adherence to Physical Activity with Life Expectancy at Leisure time in the Elderly // Avrasya Spor Bilimleri ve Eğitim Dergisi. – Т. 4. – № 1. – С. 56–66.
9. Jasik A. et al. The situation of elderly people in Poland in the time of COVID-19 // Wiedza Medyczna. – 2022. – Т. 4. – № 1. – С. 39–42.

Lenar Nailovich Salimov,  
Doctor of Economics, Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### **THE IMPACT OF FOREST BATHING ON LIFE EXPECTANCY AND ECONOMIC ACTIVITY OF ELDERLY PEOPLE**

**Abstract.** The results of scientific research in the field of the influence of forest bathing on life expectancy and economic activity of elderly people are analyzed. To identify the advanced achievements of modern science, the scientific papers published in 2022 were studied. The representativeness of the research results is ensured by the use of a thematic review of scientific works performed in different countries (China, Finland, Turkey, Iran, Nigeria, Malaysia, Korea, Poland, etc.).

**Keywords:** forest bathing, life expectancy, economic activity, the elderly

**УДК 338.48.379.84**

Рамиля Асгатовна Сафаргалина,  
преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия,  
Алина Анатольевна Миронова,  
преподаватель,  
Набережночелнинский государственный педагогический университет,  
Набережные Челны, Россия

### **КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН**

**Аннотация.** Необходимость устойчивого развития туризма Татарстана, обладающего высоким туристско-рекреационным потенциалом, несомненна. Все участники туристского процесса обязаны сохранять природную среду с целью сбалансированного развития. Создание новых объектов туристской инфраструктуры и рабочих мест, в том числе в сфере туристского обслуживания – необходимые шаги к устойчивому территориальному развитию туризма, способствующие развитию находящихся на периферии районов и закреплению местного населения на территории их исконного проживания. При планировании инфраструктурных объектов туризма важно учитывать местные особенности и сохранять привычный образ жизни людей, проживающих на этой местности. Этим условиям устойчивого развития сферы туризма отвечает кластерное развитие территорий. Создание туристских кла-

стеров в Республике Татарстан определяет позиционирование ее территории и влияет на формирование имиджа региона, повышает его конкурентоспособность на туристском рынке и стимулирует его дальнейшее развитие.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, региональный туризм, туристский потенциал, туристский кластер, потребители туристских услуг, Республика Татарстан

Понятие «устойчивое развитие туризма» было определено Всемирной туристской организацией. Содержание этого понятия неразрывно связано с развитием всех форм туризма и управления туризмом, не противоречащих естественному, социальному и экономическому единству. Также считается, что устойчивое развитие туризма теснейшим образом связано с экологической устойчивостью, что позволит удовлетворить потребности жителей планеты в отдыхе и рекреации без угрозы потери этой возможности будущими поколениями.

Существует несколько дефиниций устойчивого туризма:

1) по материалам Всемирной федерации природных и национальных парков (1992), различные виды и формы туризма и способы управления им, не противоречащие естественному, социальному и экономическому единству и благосостоянию общества – это и есть устойчивое развитие туризма;

2) именно экологическая устойчивость, позволяющая результативно восстанавливать производительность природных ресурсов обеспечивает устойчивое развитие туризма; при получении экономической выгоды от туризма должны учитываться права местного населения, это должно быть взаимовыгодным процессом, делающим потребности и пожелания принимающей стороны первоочередными (Tourist Concern Wild World Fund, 1992);

3) развивая устойчивый туризм, жители нашей планеты смогут удовлетворить собственные потребности в восстановлении здоровья и потребности в отдыхе, при этом сохранив эту возможность для будущих поколений (UNDP, Production and consumption branch, 1998).

Сущность устойчивого развития туризма рассматривается как главный фактор устойчивого развития общества в целом. Все участники туристского процесса обязаны сохранять природную среду с целью сбалансированного развития. Органы власти при этом ответственны за максимально комфортные для среды формы туризма. Создание объектов инфраструктуры туризма, организация рабочих мест, в том числе в сфере туристского обслуживания – необходимые шаги к устойчивому территориальному развитию туризма. Все это приводит к развитию находящихся на периферии районов и закреплению местного населения на территории их исконного проживания. При осуществлении планирования инфраструктурных объектов туризма важно учитывать местные особенности, и, конечно, не нарушать привычный образ жизни людей, проживающих на этой местности. Этим условиям устойчивого развития сферы туризма отвечает кластерное развитие территорий.

Туристский кластер (туристско-рекреационный кластер) – это сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта; деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами [1].

К главным признакам, определяющим туристский кластер, относятся: его территориальная привязка; необходимая туристская инфраструктура; уникальность туристских ресурсов; оригинальность турпродуктов; взаимосвязанность организаций кластера; грамотная маркетинговая стратегия турфирм в сфере национального туризма; эффективное регулирование туризма государственными и иными органами.

Важными факторами развития туристского кластера являются компоненты внешней среды: природные, экономические, политические, социальные, культурные.

В структуре туристского кластера определяют основной, обслуживающий, способствующий, административный и финансово-юридический блоки. При этом основной блок («ядро кластера») составляют туроператоры, турагентства, гостиницы, базы отдыха и пансионаты. Обслуживающий блок – это организации, предоставляющие дополнительные и сопутствующие услуги: сервис, питание, торговля, прокат, сувениры, связь, досуг, частные

объекты размещения. Способствующий блок составляют медицина, образование, информация, промышленность, транспортные коммуникации [2].

К ресурсам туристского кластера относятся: дикая природа, достопримечательности, национальная культура, обычаи, кадры, капитал. В рамках туристского кластера важное место занимают потребители туристских услуг – посетители (частные лица, семьи, пациенты, бизнесмены и т. д.).

В Республике Татарстан разработан проект развития туристско-рекреационных кластеров. Так, в Высокогорском районе создается экокластер на территории вокруг Голубых озер площадью 4 800 га. В его составе действуют 3 особо охраняемых природных территории регионального значения, из них: один государственный природный заказник «Голубые озера» и два памятника природы («Семиозерский лес», «Река Казанка») [3]. Разрабатываемые центры активности и система экотроп направлены не только на сокращение антропогенной нагрузки на территории кластера, но и на оздоровление населения всех возрастов. Для жителей Казанской агломерации терапия через взаимодействие с природой в наши дни является особенно актуальной.

В рамках реализации кластерного подхода в развитии регионального туризма республики особое место занимает туристско-рекреационный кластер, созданный на территории Камско-Устьинского района. ТРК «Камское устье. Дингез – море Татарстана» имеет выгодное физико-, экономико-, транспортно-географическое положение. Площадь территории составляет 5 800 га и включает в себя 6 зон. На территории кластера размещены 5 поселений, общая численность населения которых составляет 8 336 человек. Кластер способен принимать до 10 000 чел. / сутки без ощутимого ущерба для природной среды. Кластер включает в себя две ООПТ регионального значения, а именно: государственный природный заказник «Гора Лобач» и памятник природы «Юрьевская пещера» [4]. Основной целью здесь является создание курорта, специализирующегося на различных видах туризма с приоритетной ролью экологического направления. Гостям Татарстана и местным жителям предлагается разнообразный активный отдых (треккинг, хайкинг, спелеотуризм, скалолазание, водный туризм), пляжный и гастрономический туризм.

Территория кластера обладает высокой аттрактивностью, связанной с уникальным расположением на месте слияния двух крупных рек – Камы и Волги, образующих «Дингез – море Татарстана», с живописным сочетанием горных и равнинных ландшафтов. Гора Лобач, Юрьевская пещера, геологические обнажения коренных пород пермского периода Куйбышевского водохранилища являются наиболее часто посещаемыми туристическими объектами. Наличие на территории района предприятий пищевой промышленности, работающих на местном сырье позволяет развивать гастрономический туризм. Например, сыродельный цех «Камамбер» предлагает туристам экскурсии с дегустацией французских сыров. Также объектами туристского интереса стали «Камский виноградник», «Императорский питомник» и др.

Таким образом, создание туристских кластеров в Республике Татарстан определяет позиционирование ее территории и влияет на формирование имиджа региона, повышает его конкурентоспособность на туристском рынке и стимулирует его дальнейшее развитие.

При разработке туристических кластеров учитываются особенности территории, временные ограничения, дается комплексная оценка туристско-рекреационного потенциала и т.п. Это позволяет оптимально использовать финансовые ресурсы в рамках конкретных проектных мероприятий (инвестиционные площадки с утвержденными концепциями в рамках кластеров).

### Список литературы

1. Шепелев И.Г., Маркова Ю.А. Туристско-рекреационные кластеры – механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развитием регионов // Современные исследования социальных проблем. – 2012. – № 3 (11). – С. 10.

2. Michael E. Porter. Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy, Economic Development Quarterly, February 2000. – Vol. 14. – № 1. – Pp. 15–34.

3. ТПК «Камское устье. Дингез – Море Татарстана». Институт развития городов РТ. – URL: <https://ecotourism.tatar/clusters> (дата обращения: 15.11.22).

4. ТПК «Высокогорский. Зеркала Татарстана». Институт развития городов РТ. – URL: <https://ecotourism.tatar/clusters>; <https://izron.ru/articles/ekonomika-finansy-i-menedzhment-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itoga-sektsiya-2-ekonomika-i-upravlenie-narodnym-khozyaystvom-spetsialnost-08-00-05/osobennosti-primeneniya-klasternogo-podkhoda-v-sfere-otechestvennogo-turizma/> (дата обращения: 15. 11.22).

Ramilya Asgatovna Safargalina,  
Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia,  
Alina Anatolievna Mironova,  
Lecturer,  
Naberezhnye Chelny State Pedagogical University,  
Naberezhnye Chelny, Russia

## CLUSTER APPROACH TO THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

**Abstract.** The development of tourism in Tatarstan with a high tourist and recreational potential is undoubtedly necessary. All participants in the tourism process are obliged to preserve the natural environment in order to achieve a balanced development. The creation of new tourism infrastructure facilities and jobs, including in the field of tourism services, are necessary steps towards sustainable territorial development of tourism, contributing to the development of areas located on the periphery and the consolidation of the local population in the territory of their original residence. It is important to take into account local features and preserve the habitual way of life of local residents when tourism infrastructure facilities are planned. Cluster development of territories satisfies these conditions for the sustainable development of the tourism sector. The creation of tourist clusters in the Republic of Tatarstan determines the positioning of its territory, influences the formation of the image of the region, increases its competitiveness in the tourism market and stimulates its further development.

**Keywords:** sustainable development, sustainable development, regional tourism, tourism potential, tourism cluster, consumers of tourism services, Republic of Tatarstan

УДК 332.158

Юлия Викторовна Сергухина,  
студент,  
Кабилов Ильдар Сарварович,  
к. э. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ФЕСТИВАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию фестивального туризма и различным способам привлечения туристов. Главным образом рассматривается территория для его проведения, продажа сувенирной продукции, которая будет разрабатывать под своим брендом, различные йога практики и программа фестиваля.

**Ключевые слова:** фестиваль, фестивальный туризм, йога, набережная города Чистополя, сувенирная продукция



В настоящее время наблюдается рост интереса к новым видам рекреации, в том числе и к событийным, фестивальным турам. Фестивальный туризм представляет собой отдельное направление туризма, которое начало развиваться во многих государствах сравнительно недавно. Целью данного направления является привлечение туристов в определенные регионы страны, где организуются интересные, яркие, самобытные фестивали. В программе подобных мероприятий могут быть крупные спортивные соревнования, культурные события, фольклорные праздники и т. д. [1].

На сегодняшний день вырастает интерес к такому направлению, как йога. Ее популярность во всем мире растет с каждым днем. Все больше людей узнают о пользе и эффективности йоги, ее многообразии и возможностях. 21 июня Генеральная Ассамблея ООН провозгласила днем йоги. Поэтому мы провели исследование и выявили, что в одном из районов Татарстана, имеется территория для проведения фестиваля йоги [2].

Чистопольский район является туристической привлекательной местностью для проведения данного мероприятия. Район относится к числу дестинаций Республики Татарстан с благоприятными историко-культурными, природно-климатическими ресурсами и недостаточно использованными возможностями для развития фестивального туризма. Чистополь – точка трех стихий природы – это небо, земля и вода. Поэтому нами был разработан проект, посвященный организации и проведению на территории города Чистополя ежегодного йога-фестиваля «Энергия Чистого поля».

Целью данного проекта является организация масштабного мероприятия в городе Чистополь. Предполагаем, это позволит соединить людей, кто занимается развитием своего тела, ума и духа и объединить творческих личностей, туристов, экспертов по здоровому образу жизни.

Йога-фестиваль «Энергия Чистого поля» – это масштабный проект для жителей Республики Татарстан любой возрастной категории. Формат фестиваля предполагает участие большого количества людей, интересующихся йогой, а также привлечение высококвалифицированных тренеров по йоге. А для сопровождения и помощи гостям будут работать волонтеры.

Основным местом проведения фестиваля будет центральная часть города Чистополя – парк «Набережная Кама». Парк расположен на берегу реки Камы. К реке ведет лестница, украшенная каскадом фонтанов и водопадов. А в парке располагается большая эстрада для выступления, смотровые площадки, спортивная и детская площадка [3].

Территорию набережной поделили на зоны для удобства проведения праздника. Фестиваль будет включать в себя следующие участки:

1. Шатры для проведения мастер классов по изготовлению свечей, мыловарению, плетению куклы, выжигание по дереву, изготовление конфет из сухофруктов и орехов.
2. Зона для обеда, куда включены различные виды питания: вегетарианское, спортивное, низкокалорийное.
3. Зона для выполнения упражнений – шатры с оборудованными площадками и инвентарем для занятий йогой.
4. Зона для занятий йогой на сапах – оборудованная на Каме территория, с специализированными досками и веслами.
5. Место для парковки транспортных средств.
6. Сценическая площадка – место для проведения открытия и закрытия фестиваля.

Занятия по йоге будут проводить специалисты, имеющие опыт работы более 5 лет, получившие образования по данной специальности в Индии, работающие как со взрослыми, так и с детьми. Упражнения направлены на коррекцию таких заболеваний как сколиоз, остеохондроз, лордоз и другие. Занятия подойдут, как для начинающих, так и для спортсменов [4].

Помимо йоги на фестивале будут представлены другие практики -гвоздестояние, йога на сапах, медитация. Фестиваль подразумевает большое количество участников и насыщен-

ные досуговые программы, что будет интересно, в том числе и детям. Кроме того, что достаточно важно, за участником остается право самостоятельно выбирать на какие именно «точки кипения» он хочет попасть. Будут включены мастер-классы по изготовлению свечей, мыловарению, плетению куклы, выжигание по дереву, изготовлению конфет из сухофруктов и орехов. Тем самым у посетителей останется своего рода памятный сувенир, который он увезет с собой.

Фестиваль будет длиться 2 дня – 21 июня и 22 июня. Первый день посвящен практикам йоги, медитация, йоги на сапах, мастер-классам. Во второй день программа также будет включать в себя практики йоги на природе, йогу на сапах, медитацию и утреннюю пробежку по набережной.

Основным местом его проведения – это Набережная города Чистополя. Фестиваль будет проходить на берегу реки Камы, чтобы одновременно насладиться и красотой реки, и получить удовольствие от занятий на сап-бордах. Еще одной точкой притяжения, которую участники фестиваля будут посещать во второй день по своему желанию – это Соляной родник, хотя в городе насчитывается шесть родников. Каждый родник имеет свою легенду, представляя тем самым историческую и культурную ценность для жителей города и района [5].

В качестве сувенирной продукции, которую мы будем разрабатывать под своим брендом, будут представлены: бейсболки, форма для занятия йогой, спортивные бутылки и коврики для выполнения упражнений, которые участники мероприятия сможет приобрести для себя на память о фестивале.

Мероприятие несет социальный характер, ставя одной из своих целей популяризацию города Чистополя как центра масштабных культурных событий, места притяжения туристов, их знакомства с национальной культурой Татарстана [6].

Проект «Энергия Чистого поля» является перспективным, ведь на рынке туристических предложений Татарстана такой увлекательный продукт отсутствует и можно с уверенностью отметить, что данный проект заинтересует большое количество людей и увеличит туристический поток в Чистопольский муниципальный район и даст толчок развитию туризма в целом регионе. Популярность йоги в России и этот фестиваль скоро станет традиционным, и количество участников с каждым годом будет увеличиваться. Создавая такой проект, как йога-фестиваль «Энергия Чистого поля», мы задаем инновационный вектор привлечения новой целевой аудитории в город Чистополь и продвижении туристского потока на внутреннем рынке.

### Список литературы

1. Официальный туристический портал Татарстан [Электронный ресурс]. – URL: <https://visit-tatarstan.com/> (дата обращения: 12.11.22).
2. Международный день йоги 21 июня // Организация Объединенных Наций [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.un.org/ru/observances/yoga-day>
3. Чистопольский муниципальный район [Электронный ресурс]. – URL: <https://chistopol.tatarstan.ru/> (дата обращения: 12.11.22).
4. Воронина А. Б. Фестивальный туризм, как значимая составляющая событийного туризма // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Серия: География. – 2011. – Т. 24 (63). № 1. – С. 161–172.
5. Туристско-информационный центр по городу Чистополь [Электронный ресурс]. – URL: <https://chistopol.tatarstan.ru/rus/file/File/turizm.pdf> (дата обращения: 12. 11.22).
6. Госкомитет по Республике Татарстан [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.tatarstan.ru/> (дата обращения: 12.11.22).

Yulia Viktorovna Sergukhina,  
Student,  
Ildar Sarvarovich Kabirov,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## FESTIVAL TOURISM AS A WAY TO ATTRACT TOURISTS

**Abstract.** The article is devoted to the study of festival tourism and various ways of attracting tourists. The main consideration is the territory for its holding, the sale of souvenirs, which will be developed under its own brand, various yoga practices and the festival program.

**Keywords:** festival, festival tourism, yoga, Chistopol city embankment, souvenir production

УДК 338.48

Александра Сергеевна Соловьева,  
магистрант,  
Анна Владимировна Митрофанова,  
канд. геогр. наук, доцент,  
Балтийский федеральный университет им. И. Канта,  
Калининград, Россия

## ФОРМИРОВАНИЕ КРУИЗНЫХ МАРШРУТОВ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИИ

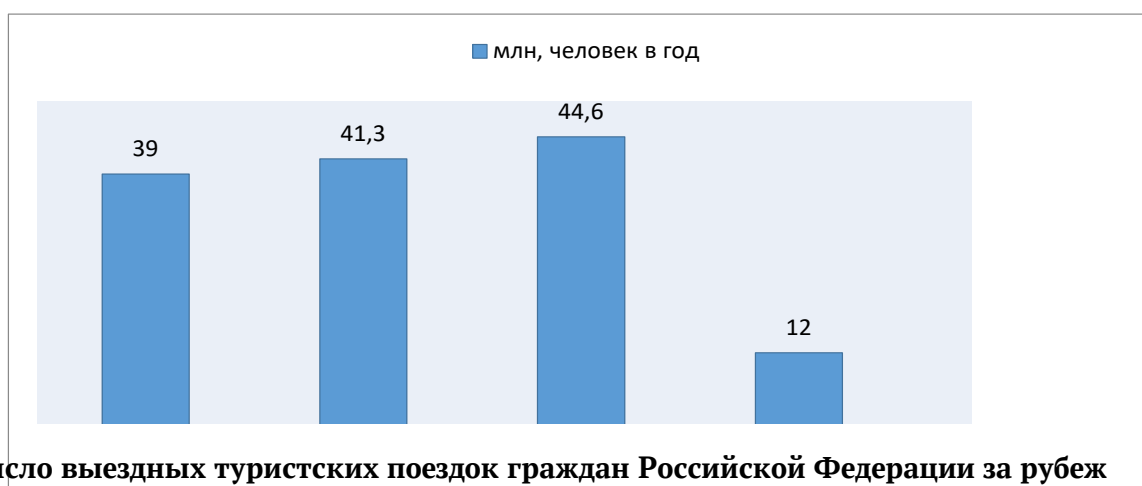
**Аннотация.** В статье рассматриваются проблемы международного туризма, в частности круизного туризма, описывается состояние круизного туризма в настоящее время. Также в статье приводится статистика круизного туризма, дается анализ приведенных данных и рассматриваются возможные решения импортозамещения международного туризма в рамках круизного туризма.

**Ключевые слова:** круизный туризм, нестабильная политическая ситуация, международный туризм, внутренний туризм, речные круизы, морские круизы, Концепция развития круизного туризма в Российской Федерации на период до 2024 года

В настоящее время в России сфера туризма претерпевает ряд изменений. Наблюдается значительное сокращение выездного и въездного туризма в стране, в то время как внутренний туризм активно развивается. Это связано, во-первых, с пандемией Covid-2019 в 2020–2021 годах, в это время во многих странах применялись карантинные меры и мировой туристический рынок значительно пострадал, многие туристские предприятия находились в состоянии простоя и, во-вторых, с проведением Российской Федерацией специальной военной операцией, в связи с которой ряд европейских стран ввели пакет санкций, в том числе запрещающих въезд граждан России на территорию некоторых европейских государств. Так, с 19 сентября 2022 года для россиян закрыты следующие направления по туристическим визам: Эстония, Латвия, Литва, Польша, Финляндия. Многие другие европейские государства изменили правила въезда в страну для граждан России. Также наблюдается снижение спроса на путешествия иностранных туристов в Россию. Таким образом, данные факторы оказывают негативное влияние на выездной и въездной туризм в России.

Сложившуюся ситуацию подтверждает статистика официального сайта Федерального агентства по туризму (Ростуризм) (рис. 1, 2) [1].

Согласно представленной диаграмме, наблюдается резкое снижение количества туристских поездок за рубеж граждан Российской Федерации в 2020 и в 2021 годах, что связано с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой в мире. В 2022 году ожидается, снижение туристического потока за рубеж, в связи с неблагоприятной политической ситуацией в мире.



**Рис. 1. Число выездных туристских поездок граждан Российской Федерации за рубеж в 2017–2021 гг.**

Если рассматривать туристический поток въездного туризма, то следует отметить, что этот показатель также имеет отрицательную динамику, представлено на рис. 2.



**Рис. 2. Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Российскую Федерацию в 2017–2021 гг. [1]**

Исходя из представленной диаграммы, можно сделать вывод о том, что с 2017 по 2019 годы количество въездных туристских поездок иностранными гражданами в Российскую Федерацию сохранялся примерно на одном уровне, однако, в 2020–2021 годах наблюдается резкий спад туристского потока в Россию, связанный с эпидемиологической ситуацией в мире. В 2022 году ожидается также отрицательная динамика числа въездных туристских поездок иностранными гражданами в Российскую Федерацию из-за политической обстановки в мире.

Однако следует отметить, что Россия обладает значительным туристским потенциалом. Территория государства располагает огромной территорией, богатой ресурсной составляющей для туризма: природные ресурсы, культурно-исторические ресурсы, туристская инфраструктура и событийный туризм. Наличие широкого разнообразия ресурсной базы создает предпосылки для развития внутреннего туризма. Наряду с традиционными видами внутреннего туризма в России, такими как культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, перспективными являются следующие экологический, событийный, сельский, кино-туризм, круизный. Государство использует различные инструменты для развития новых видов туризма, например, для развития круизного туризма разработана Концепция развития круизного туризма в Российской Федерации на период до 2024 года. Согласно дан-

ной концепции, данный вид туризма позволит запустить новые туристические маршруты и вовлечь различные туристские объекты и территории в туристскую сферу страны [2].

Следует отметить, что круиз означает комплексный туристский продукт, который включает перевозку пассажиров по заранее согласованному туристскому маршруту по морским и (или) внутренним водным путям. Такое определение круиза приводит Концепция развития круизного туризма в Российской Федерации. Следовательно, круизный туризм – это вид туризма, включающий в себя реализацию круизов [3].

На данный момент в стране представлен достаточно широкий набор речных круизов: по Волге, Каме, Оке, Дону, Енисею. Есть также отдельные программы «по святым местам» и «Золотому кольцу». Осуществляются данные круизы в период навигации – с мая по октябрь из разных городов России: Самара, Казань, Москва, Санкт-Петербург, Астрахань, Волгоград, Ярославль, Саратов и другие. Речные круизы по России проходят на трехпалубных и четырехпалубных теплоходах с каютами класса «стандарт» и выше: «Виссарион Белинский», «Михаил Булгаков», «Илья Муромец», «Темирязов», «Алдан», «Очарованный странник» и другие [4].

Если рассматривать морской круизный туризм в России, то на данный момент, он представлен в основном международным туризмом: круизные туры «Сочи-Турция», «Дальний Восток» (включает в себя порты городов Мурманск, Чукотка, Архангельск), «Санкт-Петербург – Стокгольм». Однако, есть направления морских круизов внутреннего туризма: «Москва – Архангельск», «Москва-Соловецкие острова», «Самара – Таганрог – Астрахань». Аналогичные круизы осуществляются также из Санкт-Петербурга. По Балтийскому морю в настоящее время есть только паромные переправы «Санкт-Петербург-Калининград» на паромов «Амбал», «Балтийск», «Петербург» вместимостью до 12 пассажиров.

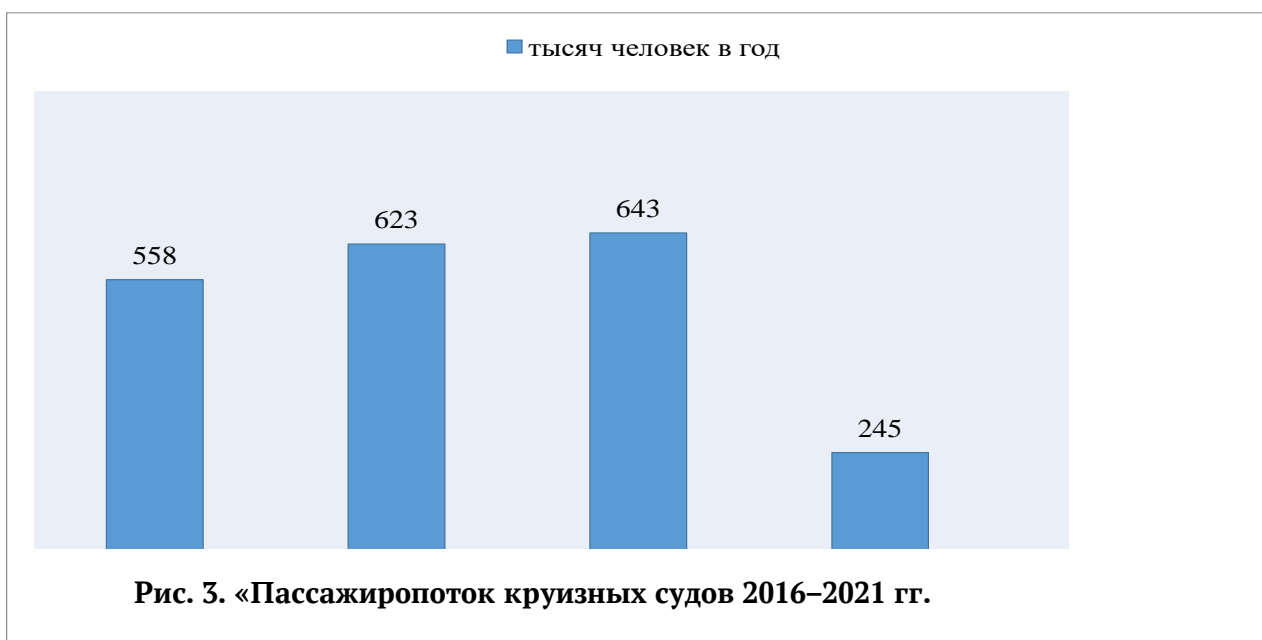
Прорывом в развитии круизного туризма в России стало также создание в 2011 году пассажирского порта Санкт-Петербурга «Морской фасад» – единственного порта, специализирующегося на пассажирских перевозках и способного принимать паромы и крупные круизные суда до 340 метров в длину. Порт осуществляет работу только в период навигации: с мая по октябрь, тем не менее, комплекс морских вокзалов дает возможность обслуживать такие крупные международные компании как: Viking Sky, Regal Princess, Queen Victoria, Magellan, MSC Meraviglia и другие [5].

Следует также отметить, что еще одним шагом на пути к развитию круизного туризма в России является строительство пассажирского порта в городе Пионерском (Калининградская область). Помимо здания терминала планируется построить два причала для приема грузовых и круизных судов длиной около 360 метров. Предполагается, что порт сможет обслуживать не менее 225 тысяч пассажиров в год и принимать 110 круизных судов и 312 грузовых паромов [6].

На примере круизного туризма в России можно отметить положительную динамику внутреннего туризма в стране (рис. 3)

Исходя из представленной диаграммы, можно наблюдать стабильный рост количества пассажиров круизных судов в 2016–2021 годах. Однако в 2020 году наблюдалось резкое падение количества пассажиров круизных судов, что было связано с распространением новой коронавирусной инфекции Covid-2019 и пандемией в последствии. Поэтому рассмотрение показателей за 2020 год невозможно оценить объективно, так как сложившаяся в 2020 году ситуация оказала негативное влияние на все сферы жизнедеятельности человека. Однако это не помешало в 2021 году круизному туризму продемонстрировать положительную динамику пассажиропотока круизных судов, тем самым обогнав показатели 2019 года на 20 % согласно официальной статистике «Ассоциации туроператоров России» [5].

Таким образом, для стабилизации индустрии туризма в России в настоящий момент необходимо активно развивать внутренний туризм в стране: разрабатывать и внедрять собственные туристические продукты для импортозамещения.



На примере морского круизного туризма можно рассмотреть возможные решения импортозамещения туристских услуг и развитие внутреннего туризма в России. Так, в Калининградской области, имеющей как ресурс – акваторию Балтийского моря необходимо внедрить новый туристский продукт, связанный с морскими круизами. На данный момент особую популярность среди туристов имеют туры «выходного дня», поэтому, рациональным было бы организовать круиз по Балтийскому морю, включающий путешествие из Калининградской области в город Санкт-Петербург.

Самая главная особенность организации круизных туров на территории Калининградской области должна заключаться в высоком качестве предоставляемой услуги, чтобы туристский продукт был конкурентоспособен с аналогичными зарубежными вариантами. Для успешной реализации подобных проектов необходимой составляющей является туристская инфраструктура для круизного туризма в Калининградской области. Под этим подразумевается:

- формирование квалифицированных кадров для организации экспедиционного круизного туризма: круизный флот, научные сотрудники, инженеры и другие;
- строительство развитой береговой инфраструктуры для приема круизных судов;
- формирование диспетчерских и гидрометеорологических служб, разработанного плана проведения дноуглубительных работ, служб экстренного реагирования в чрезвычайных ситуациях;
- разработка маркетинговой стратегии по созданию и реализации туристского продукта круизного туризма;
- создание развитой системы подготовки (переподготовки) кадров для круизного туризма (экипаж и береговые службы, круизный отельный и ресторанный менеджмент, экскурсоводы и гиды-сопровождающие, транспорт и связь на берегу, экспедиционные лидеры) [2].

Таким образом, исходя из приведенного анализа, можно сделать вывод о том, что в связи с неблагоприятной политической ситуации в мире стоит задача импортозамещения туристских услуг. Актуальным становится формирование новых туристских маршрутов, отвечающих запросу современного потребителя, который ориентируется на качество услуг предоставляемых в международном туризме. Так, например, взамен существующего туристического маршрута по Балтийскому морю, предложено внедрить морской круизный маршрут из Калининграда в Санкт-Петербург. Однако, для успешной реализации данного проекта необходимо создание соответствующей туристской инфраструктуры, подготовка квалифицированных кадров и запуск эффективной маркетинговой стратегии развития круизного туризма в России в целом и в российской акватории Балтийского моря в частности.

## Список литературы

1. Официальный портал Федерального агентства по туризму (Ростуризм) [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.gov.ru/> (дата обращения: 11.11.22).
2. Концепция развития круизного туризма в Российской Федерации на период до 2024 года [Электронный ресурс]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/uXXZ3AvF4jE0Zq3f7xVCP9gL9RjBfaRH.pdf> (дата обращения: 11.11.22).
3. Галимова, Л. И. Морские круизы в России: современное состояние и проблемы развития / Л. И. Галимова, Ш. Ш. Галимов // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2021. – Т. 15. – № 3. – С. 30-38. – DOI 10.24412/1995-0411-2021-3-30-38. – EDN НТРСАР.
4. Официальный сайт сообщества туроператоров «Большая Россия» [Электронный ресурс]. – URL: <https://bolshayastrana.com/kruizy/morskie> (дата обращения: 11.11.22).
5. Официальный сайт морского пассажирского порта Санкт-Петербурга «Морской фасад» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.portspb.ru/> (дата обращения: 11.11.22).
6. Информационно-аналитический портал Калининграда [Электронный ресурс]. – URL: <https://kgd.ru/news/society/item/99275-rosmorport-predstavil-novyj-proekt-morskogo-terminala-v-pionerskom> (дата обращения: 11.11.22).
7. Официальный сайт Ассоциации туроператоров России [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.atorus.ru/> (дата обращения: 11.11.22).

Alexandra Sergeevna Solovyova,  
Student,  
Anna Vladimirovna Mitrofanova,  
PhD, Associate Professor,  
Baltic Federal University named after I. Kant,  
Kaliningrad, Russia

### FORMATION OF CRUISE ROUTES AS A PROMISING DIRECTION FOR THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM IN RUSSIA

**Abstract.** The article deals with the problems of international tourism, in particular, it is cruise tourism, describes the current state of cruise tourism. The article also provides statistics on cruise tourism, analyzes the data presented and discusses possible solutions for import substitution of international tourism within the framework of cruise tourism.

**Keywords:** cruise tourism, unstable political situation, international tourism, domestic tourism, river cruises, sea cruises, Concept for the development of cruise tourism in the Russian Federation for the period up to 2024

УДК 379.857

Галина Викторовна Соловьева,  
преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия,  
Александр Николаевич Елисеева,  
исполнительный директор ООО «Круизные истории»,  
Казань, Россия

### УСТОЙЧИВОЕ СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЕЧНОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

**Аннотация.** В статье рассмотрен комплекс мероприятий становления и развитие речного туризма в Республике Татарстан. Выявлена тенденция развития речного круизного туризма в течение последних 15 лет. Статья носит рекомендательный характер для дальнейшего развития данной отрасли туризма в Республике Татарстан.

**Ключевые слова:** речной туризм, Республика Татарстан, круизный туризм, Волга, Кама

Туризм в Российской Федерации – одна из наиболее быстро развивающихся отраслей экономики. Особенно это стало заметно и актуально на современном этапе в связи с глобальными политическими и экономическими событиями.

На данное время Правительство Российской Федерации активно перенаправляет денежные ресурсы, на развитие внутреннего туризма, создавая туристские кластеры по всей стране. Ярким примером тому является Республика Татарстан.

Уникальные историко-культурные и природные ресурсы, а также развитая инфраструктура туристского потенциала Республики Татарстан дают возможность развития практически всех видов туризма: круизного, экскурсионно-познавательного, лечебно-оздоровительного, паломнического гастрономического, делового, спортивного.

Рассмотрим устойчивое развитие территории Республики Татарстан на примере речного круизного туризма. Обратим внимание на карту развитой речной системы и водохранилищ Республики Татарстан (рис. 1).



**Рис. 1. Карта речной системы и водохранилищ Республики Татарстан**

На карте можно увидеть наличие большого потенциала развития речного туризма на всех водоемах Республики, включая реки: Волга, Кама, Белая, Вятка, Ик, Свияга, Большой Черемшан, Кондурча, Иж, Шешма, Зай, Сюнь, Меша, Яльчик, Малый Черемшан, Кубня, Мензеля, Казанка, Тойма, Большая Сульча, Була, Кичуй, Кырыкмас, Бездна, Шошма и др.

Еще в начале 90-х годов прошлого столетия, активно посещаемыми речными портами в Республике Татарстан были: Казань, Елабуга, Нижнекамск, Болгары. В настоящее время к данным портам добавились такие как Тетюши, Свияжск.

Ближайшим и наглядным примером современности можно назвать объекты развития туризма в Республике Татарстан, а именно такие грандиозные и масштабные проекты как «Город-град Свияжск» и «Великий Болгар».

Хочется отметить успешное развитие малых городов находящихся на реках Волга и Кама в Республике Татарстан. Построено и успешно функционируют несколько новых речных портов и пристаней, которые в круизный сезон принимают по несколько сотен теплоходов различного класса и пассажироместности. Это дает кроме привлечения туристов в Татарстан, еще и достаточно большие финансовые вливания конкретно в бюджеты этих адми-



нистративных районов Республики Татарстан, о которых говорилось выше, такие как Свияжск, Болгары, Тетюши и Нижнекамск, во всех них благоустроены и отреставрированы исторически значимые объекты и достаточно много возведено новых рекреационных зон. Особенно, по нововведениям хотелось бы отметить город Нижнекамск. Данный город до этого не пользовался большой туристической популярностью, а за последние десять лет его посетило столько туристов, что сравнимо с его населением.

Аналогичным примером может служить полностью отреставрированная пристань в Тетюшах. Что позволило за последние 5 лет сделать данный туристический объект более привлекательным для туристов со всей территории Российской Федерации, что дало приток новых финансовых возможностей и потенциальных инвесторов на данную территорию.

Авторами предлагается на перспективу развития рассмотреть и активно развивать такие города, как Набережные Челны, Зеленодольск, Менделеевск, Лаишево и поселок Рыбная Слобода. В этих городах, расположенных в речной системе Республики, имеется огромный потенциал устойчивого развития региона как в культурно-историческом, так и современном аспекте туризма. Также необходимо совершенствовать, реконструировать, развивать и модернизировать уже имеющиеся объекты приема туристов.

Туристическая отрасль не стоит на месте и согласно Указа Президента Российской Федерации от 20.10.2022 № 759 «О некоторых вопросах государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности» Ростуризм переходит в ведение Минэкономразвития России.

Ведомство предлагает сформировать новую стратегию развития туризма Российской Федерации на период до 2035 года, которая определит целевую модель туристского рынка и устойчивого развития территорий.

### Список литературы

1. О некоторых вопросах государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности: Указ Президента Российской Федерации от 20.10.2022 № 759.
2. Водоохранная зона [Электронный ресурс]. – URL: <https://vodoohrannayazona.ru/ru/respublika-tatarstan.php> (дата обращения: 13.11.22).

Galina Viktorovna Solovyova,  
Teacher,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia,  
Alexander Nikolaevich Eliseev,  
Executive Director of the Kruiznye Istorii LLC,  
Kazan, Russia

### SUSTAINABLE FORMATION AND DEVELOPMENT OF RIVER TOURISM ON THE TERRITORY OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

**Abstract.** The article considers a set of measures for the formation and development of river tourism in the Republic of Tatarstan. The development trend of river cruise tourism over the past 15 years has been revealed. The article is of a recommendatory nature for the further development of this tourism industry in the Republic of Tatarstan.

**Keywords:** river tourism, Republic of Tatarstan, cruise tourism, Volga, Kama

Гузель Равгатовна Таишева,  
д. э. н., профессор,  
Камилла Аликовна Исмагилова,  
магистрант,  
Казанский инновационный университет имени В.Г.Тимирязова

## ВОЗМОЖНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СФЕРОЙ ВНУТРЕННЕГО АВТОТУРИЗМА В СВЕТЕ АНТИКРИЗИСНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

**Аннотация.** В современных условиях растет значение сферы внутреннего туризма. Одной из точек роста для внутреннего туристического рынка может стать автотуризм. В данной статье анализируются особенности рынка автотуризма с кемперами, показана взаимосвязь данного вида туризма с другими отраслями экономики. Изучены конкурентные преимущества автотуризма, которые расширяют возможности его развития в рамках инвестиционной политики государства и антикризисного регулирования.

**Ключевые слова:** внутренний туризм, автотуризм, кемпер, антикризисное регулирование, инвестиционная политика

В свете последних событий и введенных санкциями ограничений одним из популярных направлений в сфере внутреннего туризма может стать автотуризм с кемперами. Данный вид пока мало распространен среди основного населения Российской Федерации в связи с неразвитым рынком автокемперов, хотя зарубежный опыт показывает большую популярность такого вида отдыха.

Развитие внутреннего автотуризма может дать многоуровневый эффект, от которого может получать выгоду не только государство, но и резиденты иных сфер экономики. Так как автотуризм нуждается в производстве собственных автокемперов, а данный продукт не является массовым на территории Российской Федерации, то тот, кто первым начнет изготовление автокемперов получит экономическую нишу, в которой нет конкурентов. Также это является отличным инвестиционным стартом для свободного капитала.

Внутренний автотуризм является более экономичным для населения и дает больше возможностей по широте обзора местностей, смене локаций. Культура отдыха населения РФ зачастую сводится к пляжному отдыху и данный стереотип поведения серьезно ограничен в связи с санкционными ограничениями, поэтому популяризация автотуризма может стать эффективной политикой в сфере туризма.

Всеобщее повышение цен на туристическую инфраструктуру, недоступность для категорий населения с низкими доходами поездок общественным пассажирским транспортом ставит вопрос об организации самостоятельного отдыха граждан. Автопутешествие дает больше свободы в передвижении, позволяет быть мобильными, преодолевать большие расстояния, куда не направлена туристическая инфраструктура.

Развитие внутреннего туризма должно поддерживаться не только в рамках сферы туризма федеральными программами, но и быть поддержано промышленными отраслями, изготавливающими технику и технологии, способствующие дальнейшему развитию отрасли как, например, производство автокемперов.

К примеру, по сравнению с производством дорогостоящего самолета, изготовление кемпера в разы дешевле, тем более на нем может отдохнуть вся семья. Передвижение в кемпере очень выгодное, делает людей свободными, мобильными, тем самым, население решает свои вопросы с организацией отдыха вне зависимости от времени, места и т.п.

Введенные санкции закрыли доступ на покупку зарубежных кемперов, но тем самым дали возможность отечественному рынку принять новый продукт, тем более, что инженеры, имеющих способность разобраться в производстве данного продукта достаточно; главное – чтобы был рынок потребителя этого продукта, а при сегодняшних реалиях потребителей достаточно.

Недостаток автокемперов российского производства должен стать стимулом для российского товаропроизводителя в том, что это новый рынок и ниша не освоена. Производителями кемпиров могут стать автомобильные заводы, заводы по производству речных и морских судов, железнодорожных вагонов, авиасудов, а также крупные и средние предприятия, имеющие близкую специализацию и мощности, позволяющие организовать соответствующее производство.

Культура автопутешествий, постепенно набирает обороты и в Российской Федерации. Сложившаяся за последние два года обстановка, связанная с пандемией, снижением доходов населения, закрытием границ, способствуют популярности этого вида отдыха, в меру доступного и дешевого по сравнению с иными предлагаемыми видами.

### Список литературы

1. В России нарастает волна автотуризма [Электронный ресурс]. – URL: <https://rg.ru/2020/07/22/v-rossii-narastaet-volna-avtoturizma.html> (дата обращения: 11.11.22).

Guzel Ravgatovna Taisheva,  
Doctor of Economics, Professor,  
Kamilla Alikovna Ismagilova,  
Master Degree Student,  
Kazan Innovative University named after V.G.Timiryasov

### THE POSSIBILITIES OF MANAGING THE SPHERE OF DOMESTIC AUTO TOURISM IN THE LIGHT OF ANTI-CRISIS REGULATION AND INVESTMENT POLICY OF THE STATE

**Abstract.** In modern conditions, the importance of the sphere of domestic tourism is growing. Auto tourism might become one of the points of growth for the domestic tourist market. This article analyzes the features of the market of auto tourism with campers, shows the relationship of this type of tourism with other sectors of the economy. The competitive advantages of autotourism are studied, which expand the possibilities of its development within the framework of the state's investment policy and anti-crisis regulation.

**Keywords:** domestic tourism, auto tourism, camper, anti-crisis regulation, investment policy

УДК 338.48

Виктория Александровна Тютюнникова,  
студент,  
Анна Александровна Тер-Григорьянц,  
д. э. н., профессор,  
Северо-Кавказский федеральный университет,  
г. Ставрополь, Россия

### РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ

**Аннотация:** в данной статье рассмотрено современное состояние отечественного туризма в условиях кризиса, проведен анализ вклада туристической индустрии в отечественную экономику, оценено развитие туризма за рубежом.

**Ключевые слова:** туристическая отрасль, отечественный туризм, туристические услуги, туризм, туристические потоки

Глобальное распространение короновирусной инфекции и введенные карантинные ограничения негативно отразились на всех секторах не только отечественной экономики, но и зарубежной. Однако в условиях пандемии COVID-19 туристическая отрасль является одной из наиболее пострадавших. По официальным данным Правительства РФ недополучен-

ные доходы от туризма в России в первый год распространения коронавирусной инфекции составили 1,5 трлн. руб. Наиболее пострадал от коронавирусной пандемии выездной туризм. Тем не менее, сдерживающие меры поспособствовали развитию внутреннего туризма в России. Так, в 2021 году спрос на туристические услуги стимулировался не только закрытием границ и действием программы туристического кешбэка, но и изменением условий самих туроператоров, действия которых направлены на наращивание и поставку чартеров внутри страны. В 2022 году в условиях политической напряженности антироссийские ограничения выступают главным фактором распределения туристических потоков. В настоящее время вырос спрос на внутренний отечественный туризм, а наиболее привлекательными странами для российских туристов стали Турция (60 %) и Абхазия (23 %).

Оценивая вклад туристической отрасли в экономику России (табл. 1), можно отметить, что удельный вес валовой добавленной стоимости туристической отрасли в ВВП России в 2020 году сократилась на 0,4 % в сравнении с предыдущим годом и составила 2,4 %.

Таблица 1

**Вклад туристической индустрии в отечественную экономику [1]**

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абс. изменение (+, -)	Темп роста, %
Доля валовой добавленной стоимости туристической индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации (в основных текущих ценах, %)	2,8	2,4	-	-	-
Объем услуг туристических агентств, туроператоров и прочих услуг по бронированию и сопутствующих им услуг, млрд руб.	179,8	91,9	149,8	-30	83,3
Объем услуг санаторно-курортных организаций, млрд руб.	133,9	101,9	150,7	+16,8	112,5
Объем услуг гостиниц и аналогичных услуг по предоставлению временного жилья, млрд руб.	247,7	183,4	284,3	+36,6	114,8
Экспорт услуг по статье «Поездки», млрд долл. США	11,0	3,9	4,0	-7,0	36,4
Инвестиции в основной капитал в сфере туризма, млрд руб.	359,5	343,4	388,6	+29,1	108,1
Средняя численность работников, чел.	1 179 697	1 146 426	1 161 860	-17 837	98,5
Среднемесячная начисленная заработная плата работников, руб.	54 185,4	52 984,9	59233,5	+5048,1	109,3

За три года объем туристических и сопутствующих услуг снизился в стране на 16,7 %, что составляет 30 млрд руб. Тем не менее, для санитарно-курортных организаций Российской Федерации, предоставляющих услуги в сфере туризма, характерна положительная динамика показателей. Объем их услуг вырос на 12,5 %, что составляет 16,8 млрд руб. Кроме того, наблюдается рост услуг гостиниц и подобных услуг по предоставлению временного жилья. Объем таких услуг увеличился на 14,8 % (на 36,6 млрд руб.). Как было ранее отмечено, выездной туризм имеет негативную тенденцию в условиях коронавирусной пандемии и санкций в отношении России. Так, в отчетном году в сравнении с 2019 годом экспорт услуг по статье «Поездки» значительно снизился. Урвень снижения составил 63,6 %, что эквивалентно 7,0 млрд долл. США. В целом, в стране на 8,1% (29,1 млрд руб.) увеличились инве-

стиции в основной капитал в сфере туризма и среднемесячная заработная плата работников в данной сфере на 9,3 % (на 5 048,1 руб.). Следует отметить, что в 2019 году доля инвестиций в основной капитал данной отрасли экономики в общем объеме инвестиций в основной капитал по всем видам деятельности составляет всего 2,6 %. Данный уровень больше на 0,4 %, чем в отчетном анализируемом периоде. Также в туристической индустрии сократилась средняя численность работников на 1,5 %, что составило 17 837 человек.

Уровень развития туризма в России отстает от опережающего развития туризма за рубежом. В 2020 году Россия заняла 15-е место в рейтинге топ-20 стран сферы путешествий и туризма (табл. 2). Общий вклад отечественного туризма в ВВП оценивается в 40,1 млрд долл. США. В 2021 году Россия заняла 14-е место, достигнув отметки 66,0 млрд. долл. США. Лидирующей страной является США, показатели которой достигли отметки 1 103,7 млрд долл. США в 2020 году, а в отчетном году – 1 271,2 млрд долл. США, позволив стране занять первое место в рейтинге.

Таблица 2

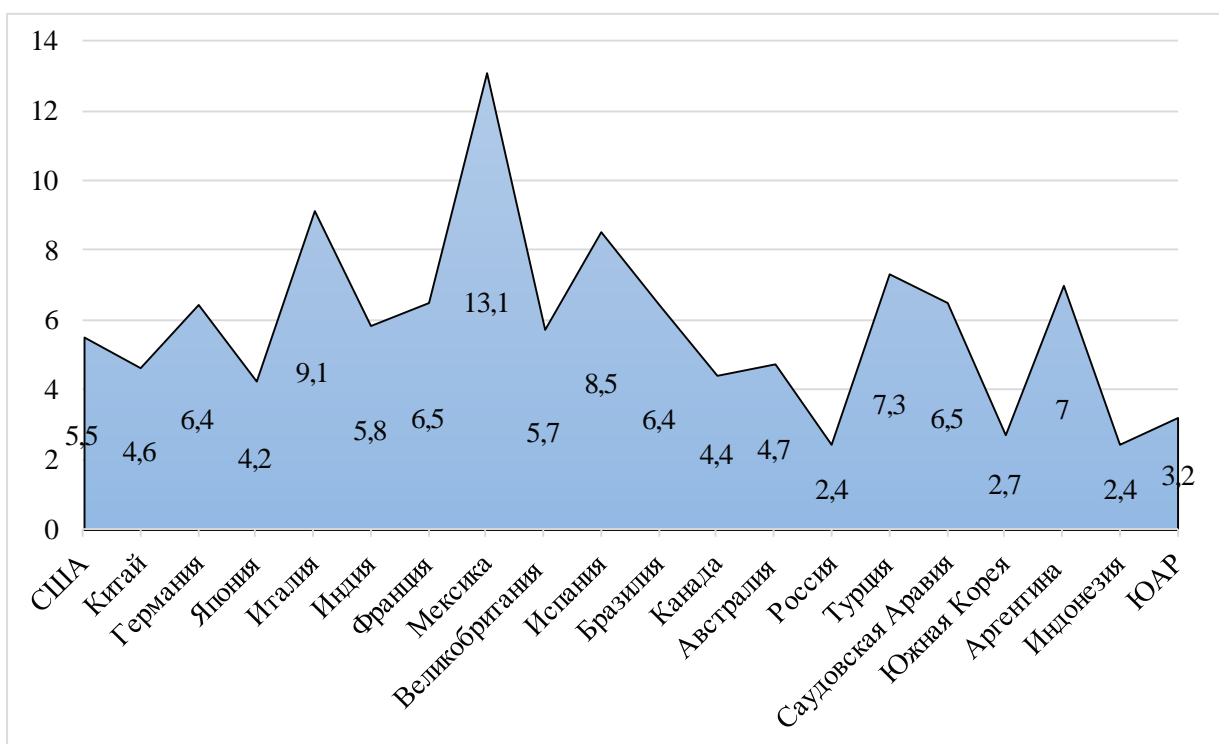
**Рейтинг топ-20 стран сферы путешествий и туризма [1]**

Позиция страны в рейтинге	Общий вклад сферы путешествий и туризма в ВВП, млрд долл. США	Позиция страны в рейтинге	Общий вклад сферы путешествий и туризма в ВВП, млрд долл. США
2020 год		2021 год	
1. США	1 103,7	1. США	1 271,2
2. Китай	667,2	2. Китай	814,3
3. Япония	234,9	3. Германия	251,0
4. Германия	208,8	4. Япония	206,3
5. Италия	132,2	5. Италия	179,0
6. Франция	123,2	6. Индия	178,0
7. Индия	121,9	7. Франция	177,9
8. Великобритания	115,0	8. Мексика	168,8
9. Мексика	91,2	9. Великобритания	157,5
10. Австралия	81,4	10. Испания	113,1
11. Бразилия	78,0	11. Бразилия	103,5
12. Испания	75,4	12. Канада	88,0
13. Канада	52,4	13. Австралия	76,5
14. Саудовская Аравия	48,5	14. Россия	66,0
15. Россия	40,1	15. Турция	59,3
16. Южная Корея	39,9	16. Саудовская Аравия	51,5
17. Турция	35,5	17. Южная Корея	48,8
18. Индонезия	34,5	18. Аргентина	33,7
19. Аргентина	24,3	19. Индонезия	28,9
20. ЮАР	11,1	20. ЮАР	13,2

На втором месте Китай, общий вклад туристической отрасли которого вырос с 667,2 млрд долл. США до 814,3 млрд долл. США. В 2020 году Япония заняла третье место, Германия – четвертое место, однако в 2021 году ситуация изменилась, страны поменялись местами, а их общий вклад составил более 200 млрд долл. США. По большей части позиции стран в рейтинге незначительно менялись за два года: одни страны поднялись на одну позицию, другие спустились. В 2020 году в четверку стран с показателем от 100 до 200 млрд. долл. США вошли Италия, Франция, Индия и Великобритания. Однако в отчетном исследуемом периоде к данным странам также присоединились Мексика, Испания и Бразилия. Следует отметить существенное увеличение общего вклада туристической отрасли рассмотренных стран в ВВП. Вклад туристической отрасли других стран в ВВП составил за два года менее 100 млрд. долл. США. Сфера туризма ЮАР внесла минимальный вклад в ВВП страны

в 2020 году – 11,1 млрд долл. США. Тем не менее, в 2021 году показатель увеличился на 2,1 млрд долл. США, но не позволил стране занять более высокую позицию в рейтинге.

Доля туристической отрасли России в ВВП, как было ранее отмечено, составила в 2021 году всего 2,4 %, в то время как доля Мексики составила 13,1 % (рис. 1).



**Рис. 1. Доля сферы путешествий и туризма в ВВП страны в 2021 г., в % [1]**

В то время как США занимает лидирующее место в рейтинге топ-20 стран по объему вклада туристической индустрии в ВВП страны, доля сферы путешествий и туризма в ВВП страны составляет 5,5%. Достаточно высокий показатель у таких стран, как Аргентина (7,0%), Турция (7,3%), Испания (8,5%), Италия (9,1%).

Таким образом, несмотря на негативное влияние коронавирусной пандемии и ее последствия, в также введенных пакетов санкций Запада и Европы в отношении России отечественная туристическая отрасль продолжает развиваться, меняя свои направления. В настоящее время утверждена Стратегия развития туризма в России до 2035 года. Главной целью Стратегии является общее и многостороннее развитие внутреннего и въездного туризма в стране. Мероприятия по реализации Стратегии направлены на обеспечение благоприятных условий для создания и развития конкурентоспособного и качественного туристического продукта на внешнем и внутреннем рынках, укрепление и расширение социальной роли туристической индустрии, а также создание общедоступности туристических услуг, отдыха и оздоровления для российских граждан.

#### **Список литературы**

1. Статистический бюллетень Росстата к Всемирному дню туризма – 2022 [Электронный ресурс] // Официальный сайт Росстата. – URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism\\_2022.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2022.pdf) (дата обращения: 05.11.22).

2. Туризм [Электронный ресурс] // Официальный сайт Росстата. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 05.11.22).

Victoria Alexandrovna Tyutyunnikova,  
Student,  
Anna Alexandrovna Ter-Grigoryants,  
Doctor of Economics, Professor,  
North Caucasus Federal University,  
Stavropol, Russia

## DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY AND ITS IMPACT ON THE COUNTRY'S ECONOMY

**Abstract.** This article examines the current state of domestic tourism in a crisis, analyzes the contribution of the tourism industry to the domestic economy, evaluates the development of tourism abroad.

**Keywords:** tourism industry, domestic tourism, tourist services, tourism, tourist flows

УДК 338.48

Мария Валентиновна Уварова,  
к. п. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Набережные Челны, Россия

### ПРОЕКТ – МЕНТОР-СТУДИИ «ПРОСТОР ДЛЯ ПУТЕШЕСТВИЙ» ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

**Аннотация.** Популяризация и реализация национальных проектов в России способствует формированию повышенного спроса со стороны населения на определенные направления и виды деятельности. В настоящее время приоритетным направлением в развитии внутреннего туризма является инклюзивный туризм. Доступная среда туристических объектов, а также формирование интенсивных форм социальной адаптации людей с ограниченными возможностями позволяют нам отметить рост социальных проектов, направленных на эту целевую аудиторию. Но, к сожалению, стоит отметить, что существуют проблемы, которые препятствуют осуществлению доступных и комфортных путешествий для людей с ограниченными возможностями. Автор предлагает проект по созданию студии наставничества «Простор для путешествий» для людей с ограниченными возможностями.

**Ключевые слова:** инклюзивный туризм, наставник, методическая поддержка, обучение

#### **Актуальность проекта.**

Может ли один человек изменить взгляд других людей на проблему, которая им не знакома? Может ли один человек показать и открыть возможности для тех, кто раньше не мог выходить даже из дома? Может ли один человек повлиять на развитие инклюзивного туризма целого региона и даже страны?

Во всем мире люди с ограниченными возможностями здоровья желают путешествовать, приобретать новые впечатления, становиться частью больших событийных мероприятий. Инклюзивный туризм является одним из основных инструментов социализации и адаптации людей с ОВЗ в социальную и культурную среду. В России вопросы развития инклюзивного туризма в регионах только начинают звучать [1].

По данным статистики на территории Республики Татарстан 7,5 % населения – это люди с ограниченными возможностями. В республике адаптированы для инвалидов 921 объект, среди которых образовательные учреждения, объекты здравоохранения, жилые дома и подъезды [2].

К сожалению, создание доступной среды на туристических объектах в данную программу не входит, хотя в рекомендациях Общественной палаты Российской Федерации Ростуризму, профильным министерствам и исполнительным органам власти инклюзивный туризм предлагается рассматривать как интенсивную форму социальной адаптации для людей с ОВЗ.

С 2016 года развитием инклюзивного туризма в Татарстане занимается «Интегра тур – доступный туризм для людей с ограниченными физическими возможностями и пенсионе-

ров», что способствует реализации проблемных вопросов по доступности путешествий для данной категории населения [3].

Также необходимо отметить, что социальные проекты, а именно инклюзивный туризм отражает положительную динамику в развитии данного вида туризма, поскольку популярность отдыха и путешествий по своему родному городу, региону и стране становится все более доступным благодаря коммуникациям, формирующие туристские предложения по данному виду туризма. И каждый гражданин нашей страны, который имеет ограничения по состоянию своего здоровья, непременно хочет познать новое и интересное, благодаря путешествиям.

#### **Описание проблем.**

Отсутствие системного подхода к доступности в системе туристических услуг, отсутствие нормативной базы, но и базы методической, централизованной и систематизированной информации о доступных путешествиях для инвалидов, к примеру – платформ-агрегаторов, отсутствие системной подготовки и обучения кадров в туристической отрасли, которые смогли бы корректно и эффективно обслуживать людей с ограниченными возможностями, обусловили социальную значимость проекта. Отсутствие «доступной среды» в местах туристических зон, отсутствие специального транспорта, а именно его нехватка.

Проблемой в сфере инклюзивного туризма является то, что сотрудники не обладают достаточными знаниями, чтобы обслуживать гостей, имеющих особые потребности. Причины этой проблемы: нет специалистов для работы с особенными гостями и аудита туробъектов республики; нет доступных методических пособий по инклюзивному туризму нет возможности обучать специалистов и волонтеров.

#### **Цель.**

Содействовать развитию инклюзивного туризма в республике, путем организации обучения специалистов туристической отрасли и волонтеров навыкам по разработке «особенных туристских предложений», а также навыкам работы с данной целевой аудиторией и методикам формирования инклюзивного турпродукта, объединения всех заинтересованных сторон, формирования плана развития инклюзивного туризма в регионе. Необходимо создать такую среду, чтобы люди с ограниченными возможностями здоровья могли выбирать, как им жить, чем заниматься и что посещать, а не идти туда, где есть возможность проехать на коляске.

#### **Задачи.**

1. Создать и разработать методические рекомендации по оценке доступности туристических объектов и локаций для лиц с ОВЗ.
2. Создать и разработать методические материалы по видам инклюзивных тур программ.
3. Разработать план по проработке «особенных турпредложений», совместно с активистами сообществ инвалидов разработать содержания тестовых туров и программ (туристские локация на наличие туристской инфраструктуры, маршруты, интерактивные программы).
4. Провести обучение группы по разработке и сопровождению инклюзивных турпредложений, в том числе и по программа «Доступная среда».
5. Создать страничку в социальном сообществе ВК, Одноклассники, телеграммканал с информационным сопровождением об инклюзивном туризме, туристических предложений о путешествиях и отдыхе на территории Республики.
6. Сформировать сообщество партнеров по содействию развития инклюзивного туризма в городе, регионе.
7. Организовать информационное сопровождение проекта.

#### **Описание проекта.**

Идея проекта создания новой уникальной ментор-студии «Простор для путешествий» для людей с ОВЗ родилась в результате разработки научной работы по инклюзивному туризму при создании образовательного курса для учащихся по направлению «Туризм» на базе Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова. В ходе разработки концептуальных основ моделирования процесса обучения учащихся, возникла идея по разработ-



ке «особенных турмаршрутов и пространств» направленных на людей, имеющих потребность в мобильной, визуальной, слуховой доступности, желающих путешествовать по республике и членов их семей.

Данная ментор-студия будет способствовать развитию социальных образовательных проектов. Сегодня надо обучать персонал сферы туризма и гостеприимства – гостиницы, предприятия общественного питания, транспортные и социальные компании, музеи и т.д. культуре обслуживания людей с инвалидностью. Акцент на формировании компетенций профессионала, который способен качественно оказать услуги для клиента с особенностями здоровья, руководствуясь при этом не эмоциональным или личностным отношением, а объективным, основанным на конкретных знаниях и навыках.

Студия инклюзивного туризма станет площадкой для разработки инклюзивных туров и экскурсий, для обучения специалистов и волонтеров навыкам инклюзивного взаимодействия в сфере туризма. Основными теоретическими направлениями по программе обучения будут не только основы разработки турмаршрутов и туристических локаций для отдыха на природе, но и семинары-тренинги по социальному туризму, обучение по программам «инклюзивный туризм: доступная среда», мастер-классы разработке адаптивных туров и экскурсий, с использованием тактильных, вкусовых, обонятельных ощущений с участием специалистов Общества слепых, Республиканского краеведческого музея. Также необходимо отметить, в программе обучения необходимо включить курс по обучению международному языку жестов.

Предполагается, что в проекте примут участие не только учащиеся, обучающиеся по направлению «Туризм», но и люди с ОВЗ, в том числе из числа учащихся образовательного учреждения.

С точки зрения апробации разработанных инклюзивных туристических продуктов и услуг, планируется их реализация по нескольким видам инклюзивного туризма:

1. Экологический туризм с применением иппотерапии, что является актуальным предложением, для данной целевой аудитории.

2. Этнографический и сельский туризм с проживанием в деревенских усадьбах республики.

3. Образовательный туризм для детей с нарушением слуха, с обучением в образовательных кампусах республики.

4. Спортивный (активный) туризм, с организацией проведения различных спортивных мероприятий на территории спорткомплексов республики.

В реализации системы обучения можно выделить 5 направлений:

1. Изучение доступности туристической инфраструктуры республики. Для составления адаптивных экскурсионных маршрутов будут изучены места размещения, городские и природные достопримечательности, городской транспорт, доступность среды (путь следования по адаптивным маршрутам).

2. Информационная поддержка. Информационная доступность как основной фактор создания безбарьерной среды. Создание социального сообщества и телеграммканала по инклюзивному туризму республики, с размещением всей необходимой информации (об оказываемых услугах туристических и экскурсионных организаций, доступные автобусные маршруты, описание адаптивных маршрутов, отзывы путешественников).

3. Обучение волонтеров и учащихся, а также специалистов туристкой индустрии. Гиды-волонтеры будут сопровождать участников проекта по адаптивным маршрутам и социальным экскурсиям.

4. Разработка адаптивных маршрутов и экскурсий. Будут разработаны адаптивные экскурсионные маршруты, которые смогут самостоятельно посещать люди с инвалидностью.

5. Проведение социальных экскурсий. Цикл социально-инклюзивных поездок – посещение городских и природных достопримечательностей по разработанным адаптивным маршрутам. В экскурсионную группу войдут команда, волонтеры проекта, люди с инвалидностью и их сопровождающие, семьи, воспитывающие детей-инвалидов, (жители Набережные Челны и Казань).

### **Состояние работ.**

Проект находится на стадии идеи, но на данный момент разработан портфель программных туристических продуктов по направлению «Турмаршруты по районам республики Татарстан», а также проекты по организации туристических пространств на территории республики. Примечание: продукты пока разработаны без детализаций потребностей людей с ОВЗ.

### **Инновационность.**

Ментор-студия «Простор для путешествий» для людей с ОВЗ, является уникальной в образовательной среде, способствующей реализации обучающихся курсов и профессиональных модулей по разработке инклюзивных турпродуктов и услуг

### **Интеллектуальная собственность.**

Рассматривается вопрос об установлении авторского права на разработку курса обучения, а также продуктам интеллектуального труда по разработке инклюзивных турпродуктов и услуг.

### **Объем необходимых инвестиций:**

- Аренда помещения – предполагается, организовать ментор-студию на базе образовательного учреждения
- Оплата труда менторам студии – 3 человек – 540 тыс. руб
- Оплата командировок – 300 тыс. руб.
- Разработка туров – 300 тыс. руб.
- Оплата социального такси – от 150 тыс. руб.
- Создание данной студии позволит: разработать и внедрить инновационный подход в сфере образовательной и экскурсионной деятельности в области инклюзивного туризма, системно подойти к вопросу организации активного отдыха людей с ОВЗ, увеличить количество инклюзивных туристов в регионе, благодаря созданию инфраструктурных элементов возможно устойчивое развитие проекта.

### **Список литературы**

1. Фонд президентских грантов [Электронный ресурс]. – URL: <https://президентскиегранты.пф/public/application/item?id=2a3c045a-13c3-4184-b4d5-27c7ea4cc61f> (дата обращения: 14.11.22).
2. Инвалидность населения численность лиц в возрасте 18 лет и старше, впервые признанных инвалидами [Электронный ресурс] – URL: [https://tatstat.gks.ru/storage/mediabank/Инвалидность%20населения\(1\).pdf](https://tatstat.gks.ru/storage/mediabank/Инвалидность%20населения(1).pdf) (дата обращения: 14.11.22).
3. Специализированная туристическая компания «Интегра-тур» [Электронный ресурс]. – URL: // <https://soindex.ru/companies/view/332> (дата обращения: 14.11.22).

Maria Valentinovna Uvarova,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Naberezhnye Chelny, Russia

### **MENTOR-STUDIO PROJECT "SPACE FOR TRAVEL" FOR PEOPLE WITH DISABILITIES**

**Abstract.** Popularization and implementation of national projects in Russia contributes to the formation of increased demand from the population for certain areas and activities. Currently, the priority direction in the development of domestic tourism is inclusive tourism. The accessible environment of tourist facilities, as well as the formation of intensive forms of social adaptation of people with disabilities, allow us to note the growth of social projects aimed at this target audience. But unfortunately, it is worth noting that there are problems that prevent the implementation of affordable and comfortable travel for people with disabilities. The author proposes a project to create a mentor studio "Prostor for travel" for people with disabilities.

**Keywords:** inclusive tourism, mentor, methodological support, training

Мария Валентиновна Уварова,  
к. п. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Набережные Челны, Россия

## РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО СТУДЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН: СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ РЕСУРС

**Аннотация.** Студенческий туризм является одной из важных форм реализации приоритетных направлений в развитии как внутреннего, так и въездного и выездного туризма. Действующие программы студенческого туризма расширяют возможности не только для путешествий, но и для формирования профессиональных компетенций студентов в различных областях и специальностях обучения. Студенты выступают в роли разработчиков, гидов, сопровождающих, что позволяет сформировать целый спектр как профессиональной, так и коммуникативной деятельности. Следует отметить, что перспективной структурной моделью молодежного туризма на базе образовательного учреждения является проектная деятельность, позволяющая сформировать компетенции, необходимые современному выпускнику туристической отрасли.

**Ключевые слова:** студенческий туризм, программа развития студенческого туризма

Современную жизнь невозможно представить без путешествий. Стремление человека к путешествиям основывается на заложенном природой желании открыть новое и познать неизведанное. Туризм предоставляет такую возможность, а также способствует приобретению новых знаний, умений и навыков.

Также стоит отметить, что в «России функционирует Программа развития студенческого туризма, разработанная Минобрнауки России. Программа расширит студентам возможности для путешествий по России в период каникул – они смогут останавливаться в университетских кампусах и общежитиях и посетят самые интересные туристические маршруты: от Калининграда, Москвы и Санкт-Петербурга до Крыма и Алтая. Для того, чтобы начать путешествие, нужно заполнить заявку на сайте студтуризм.рф» [1].

Глава Минобрнауки России Валерий Фальков поделился своим взглядом на реализацию данной программы: «Программа уникальна тем, что она делается для студентов и преимущественно студентами. Это означает, что туристические маршруты разрабатывали сами студенты. Включение молодежи в освоение этого направления не только как путешественников, но и как создателей новых проектов, позволяет реализовать потребности нового поколения в самореализации и привносит новые технологии и современный язык в создаваемые туристические продукты» [1].

С целью реализации и успешного старта данного проекта, автором были изучены «основные тренды потребительского поведения молодых туристов (представлены национальным туроператором Алеан):

- Как правило, туристы 18–35 лет отдыхают в одиночестве, парой (без детей), с друзьями.
- Средняя продолжительность отдыха: 6 дней / 5 ночей. Туристы 18–35 лет очень активны в бронировании коротких туров выходного дня (выраженная потребность часто менять обстановку).
- У молодежи ярко выражена спонтанность выбора отдыха – глубина бронирований в среднем 1–2 недели. Могут «сорваться» в поездку.
- Активно используют мобильные устройств при выборе и бронировании туристических услуг. Мессенджеры, соцсети, сайты-отзовики и мнения авторитетных блогеров очень важны для выбора отдыха для туристов 18–35 лет.
- «Цена решает все». Молодежь преимущественно ориентируется на лоукост, широко использует тактику «охоты за ценами» (промокоды, скидки, акции, горящие туры и т. д.).
- Топ-5 самых популярных молодежных направлений 2021 года по версии Алеан: Сочи – средний чек 19 740 руб., Санкт-Петербург – средний чек 11 000 руб., Мурманск и Рус-

ский север – от 30 000 руб., Северный Кавказ – от 34 000 руб., города «Золотого Кольца» – от 10 000 руб. Стоимость указана на двоих, без учета транспортного обеспечения» [2].

Таким образом, можно отметить, что популярность среди молодежных турпродуктов, безусловно, есть и она динамична, в сторону положительных тенденций. К сожалению, в ТОП-5 туристских молодежных направлений, Татарстан, город Казань не значится, что дает нам повод о разработке и реализации регионального бренда по формированию образовательной площадки, с целью фокуса на региональный турпродукт.

В рамках качественного и устойчивого развития туризма, как отрасли национальной экономики нашей страны и региона в частности, а также профессиональной подготовки кадров для туризма и гостиничной индустрии следует отметить, что ЧОУ ВО Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова, ведет плодотворную работу в данном направлении и отмечает, что развитие сетевых коммуникационных площадок, как органами власти, с вузами, с бизнесом, является вектором на повышение отраслевого кадрового потенциала. Ключевыми аспектами для обсуждения всегда являются вопросы:

- по современным тенденциям кадрового обеспечения туризма;
- практико-ориентированным моделям туристского образования в высших и средне-профессиональных образовательных учреждениях;
- системному взаимодействию по подготовке туристских кадров в условиях современной трансформации.

«БИЗНЕС Online» представил новый рейтинг сферы HoReCa. Второй год подряд эксперты издания признали Казанский инновационный университет одним из главных вузов в республике по подготовке кадров для туристической отрасли. Ректор КИУ Асия Тимирязова заняла 19-е место среди влиятельных персон сферы гостеприимства. В 2019 и 2018 годах КИУ был признан лучшим учебным заведением республики в сфере туризма. В 2021 году по итогам конкурса «Лидер Туризма», организованном Госкомитетом РТ по туризму, КИУ получил специальный диплом в номинации «Содействие развитию туристского рынка Республики Татарстан в области туристского образования» [3].

10 ноября 2022 года состоится в IV Международная научно-практическая конференция «Грани гостеприимства – 2022», посвященной 15-летию факультета гостеприимства и дизайна Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова. Партнерами данной конференции являются:

- Государственный комитет Республики Татарстан по туризму Комитет по развитию туризма г. Казани.
- Ассоциация рестораторов и отельеров г. Казани и Республики Татарстан.
- Союз архитекторов Республики Татарстан Союз художников Республики Татарстан.
- Ассоциация туристских кафедр высших учебных заведений Приволжского федерального округа.

Всесторонняя поддержка и развитие системы туристского образования и науки, пропаганда развития внутреннего и въездного туризма в нашей стране с целью наиболее полноценного и эффективного использования ее туристского потенциала (природного и культурного наследия), формирование единого профессионального сообщества, объединяющего специалистов в сфере туризма из различных регионов России, являются ключевыми аспектами в деятельности Ассоциации [4].

Автор особо отмечает, что одно из важнейших направлений деятельности Ассоциации – организация совместных образовательных и издательских проектов в сфере туризма, что раскрывает актуальность и роль вопроса исследования – развитие внутреннего студенческого туризма в Республике Татарстан его социально-педагогический ресурс.

Федеральные образовательные стандарты диктуют свои условия для обучения по тем или иным профессиям и направление «Туризм» не является исключением, в связи с чем автором поставлена цель разработать проект перспективной структурной модели молодежного туризма на базе Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова, Набе-

режночелнинский филиал. Данная модель, несомненно, отражает элементы образовательного туризма среди учащихся среднего профессионального обучения 43.02.10 Туризм.

Новые профессии, появляющиеся в туризме, анонсированные в Атласе новых профессий демонстрируют глубокую важность проектной деятельности для специалистов в сфере туризма и индустрии гостеприимства.

Так, разрабатывая проект перспективной структурной модели молодежного туризма на базе образовательного учреждения, стоит отметить, что проектная деятельность является одной из ключевых для формирования компетенций, необходимых современному выпускнику отрасли туризма. Проектная деятельность формирует навыки, необходимые не только для профессиональной сферы, но и в целом для базовых жизненных нужд. Именно благодаря умению посмотреть на любую деятельность как на проект, сформировать цели, задачи, план и провести анализ полученных результатов можно достичь успехов.

Представим идею Проекта перспективной структурной модели молодежного туризма на базе образовательного учреждения. На базе Набережночелнинского филиала существует центр развития профессиональных компетенций, в рамках которого ведется работа по различным направлениям профессиональной среды учащихся вуза и колледжа. Автор особо выделяет в рамках данной статьи – направление по развитию профессиональных компетенций чемпионатного движения WorldSkills – компетенции «Туризм» и «Туризм юниоры», а также отдельное структурное звено – студенческое туристское общество. Более подробно представим деятельность студенческого туристского общества.

С 2020 года ведется полномасштабная работа по развитию как профессиональных, так и надпрофессиональных навыков, обучающихся по специальности 43.02.10 «Туризм». Результатами деятельности данного подразделения является ежегодное участие в Республиканском конкурсе «Путешествие к истокам» – дипломы 1, 2 и 3 степени.

Итак, Проект направлен на объединение образовательных возможностей различных образовательных учреждений, культурных и общественных пространств города и региона для создания новых туристских предложений. Дальнейшее развитие молодежного (образовательного) туризма в Набережночелнинском филиале планируется осуществлять в формате сетевой программы образовательных туров на базе университетов, культурных и общественных пространств при участии туристских фирм и поддержке муниципальных и государственных информационных ресурсов. Новые партнерства и образовательные продукты, которые появятся в рамках реализации программы, позволят сформировать в регионе большую образовательную площадку под единым брендом «Айда, инде в Татарстан!».

Цель инициативы: развитие и продвижение внутреннего туризма, в частности регионального туристского продукта, посредством авторской разработки туристских маршрутов учащихся образовательного учреждения.

Задачи:

- Формирование партнерской сети по развитию и продвижению молодежного (образовательного) туризма.

- Формирование туристских продуктов на стыке образовательных, культурно-познавательных программ, а также развлекательного (досугового) туризма.

- Запуск пилотных образовательных туров, их маркетинговая поддержка, масштабирование и расширение аудитории.

Ожидаемые эффекты:

- Повышение узнаваемости студенческого туристского молодежного сообщества региона.

- Увеличение числа молодых туристов и, в перспективе, возвратности туризма.

- Увеличение туристского потока в «низкий» – сезон «Студенческих Воркшопов».

- Увеличение доли школьников, планирующих поступать на направление Туризм.

## Список литературы

1. Программе молодежного и студенческого туризма [Электронный ресурс]. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/37078/> (дата обращения: 15.11.22).
2. Самые популярные молодежные туристические направления в России [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/55294.html> (дата обращения: 15.11.22).
3. КИУ вошел в топ-50 рейтинга гостеприимства Татарстана [Электронный ресурс]. – URL: <https://ieml.ru/news/30328/> (дата обращения: 15.11.22).
4. Ассоциация туристских кафедр высших учебных заведений Приволжского федерального округа [Электронный ресурс]. – URL: <https://ieml.ru/podrazdeleniya-universiteta/assotsiatsiya-turisticheskikh-kafedr/> (дата обращения: 15.11.22).

Maria Valentinovna Uvarova,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Naberezhnye Chelny, Russia

### DEVELOPMENT OF DOMESTIC STUDENT TOURISM IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN: SOCIO-PEDAGOGICAL RESOURCE

**Abstract.** Student tourism is one of the important forms of implementation of priority areas in the development of both domestic and inbound and outbound tourism. The current student tourism programs expand the opportunities not only for travel, but also for the formation of professional competencies of students in various areas and specialties of study. Students act as developers, guides, escorts, which makes it possible to form a whole range of both professional and communication activities. It should be noted that a promising structural model of youth tourism based on an educational institution is a project activity that allows you to form the competencies necessary for a modern graduate of the tourism industry.

**Keywords:** student tourism, student trismus development program

УДК 338.48

Мария Валентиновна Уварова,  
к. п. н., доцент,  
Татьяна Васильевна Бердникова,  
студент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Набережные Челны, Россия

### ТУРИСТИЧЕСКИЙ ЭКОЛОГО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС «ТВОИ ВЫХОДНЫЕ: ПЕРЕЗАГРУЗКА НА 100»

**Аннотация.** Данная работа рассматривает вопросы развития экологического туризма, что позволяет авторам разработать проект, способствующий популяризации данного вида туризма, повышению уровню экологического воспитания среди населения. Идея проекта способствует развитию регионального туризма, с целью ее дальнейшей реализации.

**Ключевые слова:** Экологический туризм, эколого-оздоровительный комплекс, экотропа, иппотериция, программа обслуживания

Популярность экологического направления в туристической индустрии ежегодно увеличивается. Экологический туризм занимает 25 % всемирного туристического рынка [1]. Люди устают от постоянного шума «каменных джунглей», стремятся уехать дальше от бе-

шенного ритма жизни. Им необходим отдых на природе, чтобы восстановить свои силы наедине с природой. Республика Татарстан богата перспективами для развития столь популярного направления: богатые природные ресурсы, разнообразное историко-культурное наследие, сочетает в себе уникальное многообразие культур и традиций [2].

Экологический туризм способен сохранить уникальные ландшафты, повысить уровень экологического воспитания и просвещения. Создание туристического эколого-оздоровительного комплекса «Твои выходные: перезагрузка на 100» в Республике Татарстане поможет туристам получить весь спектр услуг по оздоровлению через сеансы иппотерапии, а также отдыху и релаксации на самом высоком уровне. Прохождение экологической тропы поможет человеку лучше понять живой мир, который его окружает, показать красоту и многообразие природы. В ходе путешествия у людей расширяются знания об окружающей нас природе, о том, кто ее населяет, о процессах и удивительных явлениях, которые в ней происходят. Люди обучаются не просто смотреть, а замечать повсюду разнообразные природные примечательности, и что особо важно – видеть, как человеческая деятельность влияет на состояние окружающей среды. Прогулки на лошадях и разнообразная программа иппотерапии помогут туристам расслабиться как психологически, так и физически. Любителям спокойного отдыха в данном комплексе предлагаются услуги релаксации в фитобочках и зоны для занятий йогой.

Туристический эколого-оздоровительный комплекс «Твои выходные: перезагрузка на 100» не только создает возможность для отдыха и релаксации, но и возможность помочь окружающей среде и бездомным животным. При использовании карт АльфаБанка, СберБанка, Газпром, а также карты МИР туристы смогут помочь приютам с животными и внести вклад в сохранение экологии. Приобретая услуги при помощи карты МИР и карт вышеперечисленных банков, клиенты автоматически делают пожертвования в размере 5 % от стоимости тарифа.

Рассмотрим подробнее каждый элемент туристического эколого-оздоровительного комплекса «Твои выходные: перезагрузка на 100»:

Экотропа будет представлять собой тематический маршрут по Чистопольскому району, который познакомит посетителя с природными достопримечательностями Пристанского леса, с историей, с флорой и фауной лесного массива. На экотропе размещены не только информационные стенды, но и интерактивные элементы.

Иппотерапия – это метод реабилитации посредством лечебной верховой езды. Туристы смогут не только покататься верхом на лошади, в туристическом комплексе предоставляется программа иппотерапии для людей с проблемами опорно-двигательного аппарата, психическими и ментальными нарушениями. В программу иппотерапии входят: психо- и лечебно-педагогический контакт с лошастью, лечебная верховая езда, терапия движением лошади и лечебная вольтижировка.

Зона релаксации в фитобочках расположена непосредственно внутри комплекса. Зона располагает душевыми кабинками, массажными столами. Действие фитобочки основывается на эффекте, схожим с эффектом мини-сауны. Кабинки снабжены отверстиями для головы. Внутри расположена удобная скамья и трапик. Во время оздоровительного сеанса голова располагается снаружи, а все тело – внутри бочки.

Для многих йога является идеальным средством оздоровить организм, сделать тело совершеннее и приобрести гармонию с собой и окружающим миром. Чтобы данная система принесла пользу, она должна стать образом жизни, нежели очередной фитнес-программой. Проводить занятия йогой будет профессиональный йог, также для занятий предусмотрен необходимый инвентарь.

Для большего удобства туристов составлен прайс-лист с программами обслуживания. В каждом из тарифов туристы насладятся природой Чистопольского района и получат оздоровляющие процедуры.

<b>Прайс-лист с программой обслуживания</b>		
Тариф «Дорогу новичкам!»	Тариф «Открой границы отдыха!»	Тариф «Твои входные: перезагрузка на 100»
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проживание в двухместном номере «Стандарт»</li> <li>- Питание двухразовое</li> <li>- Посещение эко-тропы (малый маршрут)</li> <li>- Прогулка на лошади</li> <li>- Посещение фитобочки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проживание в двухместном номере «Люкс»</li> <li>- Питание трехразовое</li> <li>- Посещение эко-тропы (малый маршрут)</li> <li>- Пробный сеанс иппотерапии</li> <li>- Посещение фитобочки</li> <li>- Расслабляющий массаж</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проживание в четырехместном номере «Люкс»</li> <li>- Питание трехразовое</li> <li>- Посещение эко-тропы (большой маршрут)</li> <li>- Прогулка на лошади + базовый сеанс иппотерапии</li> <li>- Посещение фитобочки</li> <li>- Расслабляющий массаж</li> <li>- Занятие йогой</li> </ul>
15 000 руб.	20 000 руб.	25 000 руб.

Целевая аудитория туристического эколого-оздоровительного комплекса «Твои выходные: перезагрузка на 100» рассмотрена по следующим типам:

- Пол: мужской/женский.
- Возраст: от 5 лет (потребители), от 18 лет (покупатели).
- Статус: дети и взрослые с заболеваниями нервной системы или опорно-двигательного аппарата, семьи с детьми, молодежь, люди среднего возраста.
- Географическое положение: жители Чистопольского района и близлежащих регионов РФ, иностранные туристы.
- Образование: без образования, среднее, среднее профессиональное, высшее.
- Сфера деятельности: работники различных сфер деятельности, сотрудники малого и среднего бизнеса.
- Средний доход: от 35 тыс. руб.
- Интересы: люди, желающие отдохнуть от городской суеты, поправить свое здоровье и эмоциональное состояние.

Во время нахождения в туристическом комплексе туристы могут посетить различные интерактивные программы. Туристы узнают о гостеприимстве чистопольцев, познакомятся с культурой татарского народа и пройдут оздоровительные программы:

- Интерактивная программа «Чистополь встречает».
- Мастер-класс «Чистопольский Ремесленник».
- Мастер-класс «Калейдоскоп татарских узоров».
- Программа «PROЙога».
- Оздоровительная программа «ФитоDay».

Поддержание здоровья и качества жизни клиентов посредством прохождения экотропы и программы иппотерапии. Уникальная экотропа позволит окунуться в природу Чистопольского края, познакомиться с природными объектами, историями и легендами района. Мы подошли к процессу со всей серьезностью, все процедуры иппотерапии эффективны и способствуют скорейшему достижению положительного результата. Для полноценного оздоровительного отдыха предлагаются программы релаксации в фитобочках, а также занятия йогой.

### **Список литературы**

1. Сулейманова Г.В. Исследование перспектив развития экологического туризма в Республике Татарстан // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – № 24. – С. 392–395.
2. Хайрутдинов Рамиль Равилович, Плеханова Ирина Андреевна, Мухаметзянова Флера Габдульбаровна Экологический туризм в Республике Татарстан: актуальные для туристов виды экологических туров, включая объекты из списка Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО // Наследие и современность. – 2018. – № 3. – С. 76–86.



Maria Valentinovna Uvarova,  
PhD, Associate Professor,  
Tatiana Vasilyevna Berdnikova,  
Student,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Naberezhnye Chelny,  
Naberezhnye Chelny, Russia

## TOURIST ECOLOGICAL AND WELLNESS COMPLEX "YOUR WEEKEND: REBOOTING ON 100 PER CENT"

**Abstract.** This work considers the development of ecological tourism, which allows the authors to develop a project that promotes the popularization of this type of tourism, increasing the level of environmental education among the population. The idea of the project contributes to the development of regional tourism, with a view to its further implementation.

**Keywords:** Ecological tourism, eco-health complex, eco-trail, hippotherapy, service program

УДК 338.48

Мария Валентиновна Уварова,  
к. п. н., доцент,  
Валерия Сергеевна Заикина,  
студент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Набережные Челны, Россия

## ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ «ТУРИЗМ – БУДУЩЕЕ РОССИИ»

**Аннотация.** Качество обслуживания, вопросы управления персоналом в сфере туризма актуальны при реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». В связи с этим авторы данной статьи рассматривают вопросы профориентации среди школьников по направлению туризма и гостиничного бизнеса, что поможет повысить мотивацию к формированию профессиональных компетенций в будущем и повысить интерес к поступлению в средние профессиональные и высшие образовательные организации по данной области и специальности. Представленный проект образовательного курса профориентации был разработан на основе исследования среди студентов города Набережные Челны, которое позволило сформировать программу обучения, отвечающую потребностям данной целевой аудитории и их интересам.

**Ключевые слова:** туризм, персонал, качество обслуживания, профориентация, программа обучения

Туризм в Российской Федерации – это сектор экономики, который развивается большими темпами. Именно поэтому значимым фактором является обеспечение населения качественными услугами в туристической индустрии страны.

Согласно мнению автора Е.И. Богданова, «Туризм считается одним из основных индикаторов качества жизни в XXI веке. В то же время спрос и мотивацию в туризме формируют не только его участники, но и те, кто по какой-либо причине не может путешествовать. Имеется несколько количественных подходов к туристскому спросу» [3, с. 8]. Например, «склонность к путешествию является хорошим показателем участия в туризме, так как определяет долю населения, вовлеченную в туризм. Частота путешествия показывает среднее количество путешествий, предпринимаемых людьми, участвующими в туризме, за определенный период времени» [3, с.8].

Каждый человек, отправляясь в путешествие, на экскурсию или же какой-либо туристический маршрут ожидает высокий сервис, качественные услуги и радушный прием. Почему же так происходит, что желания клиента не всегда могут быть удовлетворены в полной мере? Ответ прост. Нехватка квалифицированных кадров, которые позволят решить все вопросы туристов, отправляющихся в путешествие.

Кто бы мог подумать, что профессиональные кадры играют колоссальную роль в развитии внутреннего туризма страны. Но где же взяться квалифицированным кадрам в нашей стране? Если отметить тот факт, что компании не хотят брать на работу выпускников, которые только вышли из стен учебного заведения.

А туристическим компаниям необходимо обучать специалистов с целью повышения уровня профессиональной подготовки, затрачивая при этом немалые финансовые и человеческие ресурсы.

Проблема управления кадрами в сфере туризма всегда актуальна, наряду с проблемой некачественного сервиса, стандарты которого не соответствуют общепринятым международным стандартам. Очень важно применять на предприятии стандарт обслуживания гостей, чтобы не возникали различного рода конфликты, которые приведут к снижению уровня сервиса [2, с. 28].

Очень важным условием развития сферы туризма в России является наличие профессиональных и высококвалифицированных кадров в этой сфере. Для этого необходимо на государственном уровне разработать программу по совершенствованию кадрового потенциала сотрудников организаций и учреждений, которые действуют в туристской сфере [1].

Именно поэтому, предлагаемая программа обучения по курсу «Туризм – будущее России» поможет школьникам 8–11 классов узнать туристическую индустрию.

Образовательно-профориентационный курс «Туризм-будущее России» будет представлять собой деловую игру, направленную на развитие предпринимательской инициативы в туристической отрасли. Сегодня практически во всех отраслях экономики спрос сосредоточен на конкретных знаниях, умениях и навыках, как модно говорить *soft skills*.

Целевые группы:

1. Пол: мужской/женский.
2. Возраст: от 14 до 18 лет.
3. Статус: школьники 8–11 классы.
4. Географическое положение: г. Набережные Челны, Республика Татарстан.

Задачи, которые позволят достичь желаемого результата будут состоять из нескольких пунктов, а именно:

- разработка рабочей тетради для 1 этапа курса «Туризм-будущее России»;
- поиск кадров (бизнес-тренеров, тьюторов) для проведения деловой игры;
- закупка канцелярских товаров;
- организация проведения курса «туризм-будущее России» в школах.

Перспектива развития: начальный этап профессионально-ориентационного курса планируется реализовывать в городе Набережные Челны. При успешном проведении планируется внедрение курса в других районах Республики Татарстан.

Данный курс позволит выработать единые стандарты и требования по подготовке специалистов по конкретным туристским сферам, обеспечит процесс обучения высококвалифицированными специалистами-практиками, уделив большое значение получению практических навыков в процессе игры. В ходе проекта будет задействовано 800 школьников 8–11 классов из 20 школ городе Набережные Челны.

Курс «Туризм-будущее России» будет состоять из нескольких этапов:

1. Деловая игра «Туризм-будущее России» (800 школьников).
2. Создание туристического проекта (200 школьников).
3. Чемпионат проектов (50 школьников).
4. Торжественная презентация проектов. Определение 3 команд-победителей. (30 школьников).

В процессе игры школьники пройдут 6 станций по следующим темам:

- 1 станция: «Что такое туризм?»;
- 2 станция: «Туризм в России»;
- 3 станция: «Туризм в Татарстане»;
- 4 станция: «С чего начинается туристический маршрут?»;
- 5 станция: «Что такое турпродукт?»;
- 6 станция: «Создание турпродукта».

Для более детального изучения курса будет разработана рабочая тетрадь, которая поможет закрепить полученные знания на практике. По каждой из тем будут предложены 5 заданий, которые поспособствуют более качественному изучению тем. В завершение деловой игры каждая команда должна определиться с выбором турпродукта: тематический фестиваль, интерактивная программа, туристический маршрут, мастер-класс. Каждая команда разрабатывает турпродукт, выбранный на 1-м этапе. При создании туристического проекта будут учитываться следующие критерии:

- Тематика турпродукта (о чем?).
- Целевая аудитория (для кого?).
- Концепция турпродукта (в чем суть?).
- Состав турпродукта (Что? Где? Когда?).
- Расходы на реализацию турпродукта.

Затем проходит отбор проектов, которые позволят развить туристический потенциал Республики Татарстан. Это будут самые креативные и инновационные проекты, соответствующие критериям (на примере World Skills).

Таким образом, профессионально-ориентационные программы позволят вырастить высококвалифицированных специалистов на территории республики Татарстан, а это тем самым продвинет туристскую индустрию всей нашей страны.

### Список литературы

1. Михалев И.В. Развитие системы государственного регулирования доступности туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2012. – № 4. – С. 62–70.
2. Жукова М.А., Менеджмент в туристском бизнесе: учеб. пособие / М.А. Жукова. – М.: КноРус, 2022. – 192 с. – ISBN 978-5-406-09263-7 [Электронный ресурс]. – URL: <https://book.ru/book/942817> (дата обращения: 11.11.22).
3. Богданов Е. И., Орловская В.П. Экономика отрасли туризма: учебник; под ред. проф. Е.И. Богданова. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 318 с. (Среднее профессиональное образование). – ISBN 978-5-16-014813-7 [Электронный ресурс]. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1240097> (дата обращения: 11.11.22).

Maria Valentinovna Uvarova  
PhD, Associate Professor  
Valeria Sergeevna Zaikina  
Student

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov  
Naberezhnye Chelny, Russia

### TRAINING PROGRAM "TOURISM – THE FUTURE OF RUSSIA"

**Abstract.** The quality of service, issues of personnel management in the field of tourism are relevant in the implementation of the national project "Tourism and the hospitality industry". In this regard, the authors of this article consider the issues of vocational guidance among schoolchildren in the direction of tourism and hotel business, which will help increase motivation for the formation of professional competencies in the future and increase interest in entering secondary professional and higher educational organizations in

this area and specialty. The presented project of an educational career guidance course was developed on the basis of a study among students in the city of Naberezhnye Chelny, which made it possible to form a training program that meets the needs of this target audience and their interests.

**Keywords:** Tourism, personnel, quality of service, career guidance, training program

УДК 338.48

Мария Валентиновна Уварова,

к. п. н., доцент,

Юлия Игоревна Осипова,

студент,

Дарья Евгеньевна Харитоновна,

студент,

Алексей Евгеньевич Королев,

студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Набережные Челны, Россия

### ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ УСАДЬБА ДЛЯ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ «В ГОСТЯХ У БАБУШКИ»

**Аннотация.** Развитие инклюзивного туризма все больше привлекает внимание как со стороны разработчика туристического продукта, так и со стороны потребителя этих услуг. Авторы этой статьи предлагают проект, который позволит соответствующей целевой аудитории, а именно детям с ограниченными возможностями, не только проводить отдых на свежем воздухе, но и развивать компетенции, необходимые для дальнейшей жизни – навыки независимости, общения, а также личной и общественной безопасности, позволяет детям быть вовлеченными и чувствовать себя частью общества, проводя различные развивающие игры, используя современные эффективные методы. Создание современного комплексного пространства для детей и их родителей, где дети могли бы проявить свои творческие и интеллектуальные способности.

**Ключевые слова:** инклюзивный туризм, отдых для детей с ограниченными возможностями.

Проект «В гостях у бабушки» направлен на организацию работы с детьми с нарушением слуха, зрения, речи, проживающих на территории Республики Татарстан. Программа лагеря развивает компетенции, необходимые для дальнейшей жизни – навыки самостоятельности, коммуникации, а также личной и общественной безопасности, позволяет детям быть вовлеченными и чувствовать себя частью общества, путем проведения различных развивающих игр, применяя современные эффективные методики. А также на улучшение психоэмоционального состояния отдыхающих, путем снятия эмоционального напряжения, психологической разгрузки и восстановления их ресурса. Оздоровительный комплекс будет осуществлять свою работу по концепции сельского вида туризма, где на территории Усадьбы у детей будет возможность познакомиться с домашними животными, погрузиться в мир садоводства и природы.

**Цель проекта:** Организация летнего загородного лагеря для детей с инвалидностью. Создание современного комплексного пространства для детей и их родителей, где дети могли бы проявить свои творческие и интеллектуальные способности.

**Задачи:**

1. Подобрать персонал соответствующей квалификации.
2. Организовывать и проводить туристические мероприятия.
3. Создать условия для проведения курсов реабилитации и социальной адаптации детей с ОВЗ.
4. Способствовать развитию коммуникации и социальной адаптации детей целевой группы через инклюзию.

5. Оказать родителям помощь в стабилизации психологического состояния, разгрузки и восстановления ресурса.

Сельский туризм становится все более популярным, так как включает в себя многое из того, что интересует отдыхающих. Сельский туризм сейчас набирает все большую популярность, в связи с этим наша команда решила разработать уникальный оздоровительный комплекс – «В гостях у бабушки».

На территории усадьбы планируется строительство деревянных домиков, скотного двора, конюшни, бань, посадка фруктового сада, наличие огорода с овощными культурами, озеро с лодочной станцией, а также в летнее время в Усадьбе организовываются походы с палатками. Питание будет предусмотрено в столовой. Досуговые программы будут проходить в развлекательном комплексе «Майдан». Располагаться гости будут в комфортабельных, оборудованных домиках деревенского типа.

На территории Усадьбы круглогодично производится различная анимация. Развлечения подойдут как взрослым, так и детям. Программа рассчитана на каждое время года, учитывая погодные условия, праздники, а также сезонные дары природы, например, летом на территории Усадьбы возможен сбор ягод, осенью – сбор грибов, также есть возможность всесезонной рыбалки.

На каждый сезон аниматоры подготавливают различные игры, эстафеты, квесты и многое другое, для того чтобы нашим гостям не было времени заскучать. В рамках усадьбы дети смогут научиться совместным спортивным играм, настольным играм, развить творческие способности, поучаствовать в веселых стартах, дискотеке и др. К реализации мероприятий проекта будут привлечены: квалифицированный тренер-инструктор по проведению тренингов по личной и общественной безопасности, тренер-инструктор по физической культуре. Досуговая программа лагерной смены будет подготовлена и реализована добровольческой группой под руководством опытного педагога-наставника.

На территории усадьбы имеется ферма с животными. Также есть конюшня с лошадьми, которая позволит нам проводить занятия по иппотерапии. Иппотерапия – это нейрофизиологически ориентированная терапия с использованием лошади. Ее уникальность заключается в физическом, психологическом и эмоционально-положительном воздействии на человека, заболевания которого носят неврологические, физические и прочие нарушения. Польза верховой езды для ребенка с ограниченными возможностями состоит в том, что организм адаптируется к физическим нагрузкам, происходит формирование новых функций организма, например, активное развитие моторики. Происходит коррекция и развитие слухомоторной координации, ну и наконец, ребенок получает яркие положительные эмоции.

На территории оздоровительной усадьбы также запланирована строительство бассейна, что предоставляет возможность осуществлять бальнеотерапию. Бальнеотерапия – это лечение и восстановление организма с помощью водных процедур.

Далее рассмотрим финансовый план по организации стоимости строительства и реализации усадьбы (табл. 1).

Таблица 1

### Финансовый план

Затраты на организацию бизнеса, руб.	
Регистрация, оформление документов	150 000
Покупка земельного участка	2 500 000
Строительство комплекса	30 000 000
Мебель и оборудование	15 000 000
Инвентарь	2 500 000
Реклама	300 000
Резервный фонд	1 500 000
<b>Итого</b>	<b>51 950 000</b>

Таким образом, общие затраты на строительство проекта составят 51 950 000 рублей. Также рассмотрим ежемесячные затраты усадьбы необходимые для работы (табл. 2).

Таблица 2

### Ежемесячные затраты

Ежемесячные затраты, руб.	
Реклама	150 000
ФОТ (Фонд Оплаты Труда)	880 000
Коммунальные расходы	200 000
Расходные материалы	200 000
Пополнение инвентаря	150 000
Продукты питания	1 500 000
Техническое обслуживание	100 000
Непредвиденные расходы	100 000
<b>Итого</b>	<b>3 280 000</b>

Стоимость ежемесячных затрат составит 3 280 000 рублей.

Таким образом, проект «В гостях у бабушки» позволит детям с ограниченными возможностями погрузиться в мир природы и восстановить свои эмоциональные и физические силы.

### Список литературы

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федеральный закон от 24.11.1996г. № 132-ФЗ (ред. 24.04.2020) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 02.12.1996. – № 49. – Ст. 5491.
2. Федеральное агентство по туризму РФ [Электронный ресурс]. – URL: [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru) (дата обращения: 15.11.22).
3. Национальный туристический портал [Электронный ресурс]. – URL: <https://russia.travel/> (дата обращения: 15.11.22).
4. Фонд президентских грантов [Электронный ресурс]. – URL: <https://президентскиегранты.рф/> (дата обращения: 15.11.22).
5. Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан [Электронный ресурс]. – URL: <https://agro.tatarstan.ru/razvitie-selskogo-turizma.htm> (дата обращения: 15.11.22).

Maria Valentinovna Uvarova,

PhD, Associate Professor,

Yulia Igorevna Osipova,

Student,

Darya Evgenyevna Kharitonova,

Student,

Alexey Evgenyevich Korolyov,

Student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,

Naberezhnye Chelny, Russia

### WELLNESS ESTATE FOR CHILDREN WITH DISABILITIES "VISITING GRANDMOTHER"

**Abstract.** The development of inclusive tourism is increasingly attracting attention from both the developer of the tourist product and the consumer of these services. The authors of this article propose a project that will allow the appropriate target audience, namely children with disabilities, not only to spend outdoor recreation, but also to develop the competencies necessary for later life – skills of independence, com-

munication, as well as personal and public safety, allows children to be involved and feel like a part of society, by conducting various educational games, using modern effective methods. Creation of a modern complex space for children and their parents, where children could show their creative and intellectual abilities.

**Keywords:** inclusive tourism, recreation for children with disabilities

УДК 338.48

Мария Валентиновна Уварова,  
к. п. н., доцент,  
Елена Владимировна Семенова,  
студент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г.Тимирязова,  
Набережные Челны, Россия

### ЙОГА-ТУР ПО КАМСКОМУ УСТЬЮ «КРЫЛЬЯ СОВЕРШЕНСТВА»

**Аннотация.** Учитывая возросший спрос на путешествия в России, набирают популярность тематические туры, позволяющие туристам отдохнуть с учетом их интересов и увлечений. В связи с этим авторы данной статьи проанализировали развитие регионального туризма в Республике Татарстан и пришли к выводу, что такой вид туризма, как природный, обладает уникальным потенциалом и имеет все предпосылки для своего развития. Авторы разработали проект йога-тура по Камскому Устью, который способствует пропаганде здорового образа жизни в условиях комфортного отдыха.

**Ключевые слова:** региональный туризм, тематические туры, йога-тур, эко-курорт

Современного туриста удивить очень сложно, еще сложнее сделать его отдых незабываемым. Поэтому в последние годы стремительно набирают обороты тематические туры. В этом случае человек путешествует и отдыхает, исходя из своих увлечений и интересов. Одним из распространенных видов отдыха являются йога туры.

Актуальность данной работы заключается в разработке нового и уникального маршрута для активного туризма и отдыха на территории Республики Татарстан. Цель работы – разработать первый на территории республики Татарстан йога-тур. Главные задачи:

1. Выбрать и определить характеристику территории, по которой пройдет маршрут.
2. Разработать программу нового турпродукта.
3. Провести отбор экскурсионных объектов посещения и показа.
4. Разработать интерактивные мероприятия и мастер-классы.
5. Обосновать выбор условий проживания, питания, транспортного обслуживания.

Автором был разработан маршрут активного туризма и отдыха на территории п.г.т. Камское Устье, а именно йога-тур «Крылья Совершенства».

Камское Устье впечатляет не только красивым побережьем и эффектными видами, но и потенциалом для развития туристической инфраструктуры для тысяч туристов. В настоящее время Камское Устье является первым экокурортом в республике Татарстан. Уже сейчас на данной территории существует более 200 туристических объектов и создана необходимая инфраструктура для комфортного отдыха. Поэтому данная территория обладает всевозможными благоприятными рекреационными ресурсами, которые необходимы для создания йога-тура.

Место особенно интересно для сторонников активного туризма, спорта и здорового образа жизни (ЗОЖ). Данная территория позволяет заниматься экотуризмом, спелеотуризмом, рекреационным туризмом, горным туризмом и многими другими видами туризма. Проанализировав туристический потенциал данной территории, я убедилась в том, что экокурорт является благоприятной площадкой для развития Йога-комплекса, на базе которого можно организовать первые йога-туры на территории Республики Татарстан.

Экопродукты, слияние человека с природой, истоки народной культуры на фоне пейзажей с морем, горами и скалами, пещерами рядом с лесами и степями в средней полосе России – все это благоприятно для активного отдыха на природе в совокупности с оздоравливающими практиками, медитацией, занятиями йогой.

В последнее время наметилась возрастающая популярность к организации и разработке йога-туров, так как активные путешествия привлекают своей возможностью духовно обогатиться, привести свое тело в порядок, получить заряд бодрости и массу положительных впечатлений от окружающей природы. Это отличная возможность в рамках одной поездки освободиться от накопившейся усталости и наполнить организм недостающей энергией и силой, а душу – гармонией.

Во все времена и в разных концах земного шара люди наделяли воду множеством сакральных смыслов. Вода обладает невероятной силой, она растворяет, уничтожает, очищает, смывает и восстанавливает. Именно Камское Устье надделено такой невероятной силой, так как в этом месте соединяются энергии таких рек, как Камы и Волги. А гора Лобач, с которой и открывается этот вид, считается местом силы. Наш тур позволяет зарядиться этой энергией, развить духовный и физический потенциал своего тела, сосредоточиться на мощных энергетических практиках, наблюдать себя в медитации, погрузиться в общение с гармоничными, наполненными единомышленниками, пересмотреть сложившиеся жизненные приоритеты, побыть вдали от городской суеты и насладиться видами первозданной природы Камского Устья.

Тур рассчитан на группу из 20 человек. Продолжительность тура составляет 5 дней, 4 ночи. Основной целевой аудиторией йога-тура являются женщины в возрасте от 21 до 45 лет, являющиеся сторонниками активного туризма и здорового образа жизни. Данный отдых рассчитан на людей, которые стремятся повысить свой уровень энергии, пересмотреть сложившиеся жизненные приоритеты, побыть вдали от городской суеты и насладиться видами первозданной природы.

Уникальность тура заключается в том, что кроме стандартного пакета услуг, в него входят комплексы мощных энергетических практик, направленных на развитие духовного и физического потенциала. Значительная часть времени посвящена практическим занятиям йогой, раскрытию возможностей своего тела в компании единомышленников.

Услуга размещения осуществляется в трехзвездочном Эко-отеле «ТНЕ Камский», расположенному по адресу: Камское Устье, ул. Большая Волга, 4. Туристы будут размещены в 4-местных уютных домиках с собственной террасой и панорамными окнами, с которых открывается вид на Камское море. Каждый дом оборудован всем необходимым для комфортного отдыха: кондиционером, Wi-Fi роутером, радиаторами отопления.

Услуга питания осуществляется в ресторане Эко-отеля «ТНЕ Камский». Интерьер ресторана дополнен элементами стиля лофт, а вся мебель и предметы декора изысканы в своей простоте и дарят уют каждому гостю. В меню преобладают блюда европейской кухни, которые подходят для организации праздничных банкетов или фуршетов. При этом шеф-повара ресторана будут рады удивить изысканной едой из дичи.

Транспортное сопровождение осуществляется на комфортабельном микроавтобусе Mercedes-Benz, вместимость которого составляет 20 человек. Микроавтобус оснащен телевизором, аудиосистемой, микрофоном, кондиционером, откидными креслами и столиками, багажной полкой.

В ходе программы тура 1-го дня туристов ожидает прогулка до горы Лобач и пикник на свежем воздухе. А также знакомство и беседа с тренером по йоге и практика релакс-медитации. А закончится день ароматерапией.

На 2-й день тура туристов ожидают занятия хатха-йогой и восстановительной йогой, экскурсия в Юрьевскую пещеру и к гипсовым штольням, психологическая практика «Я разрешаю себе чувствовать все», создание «Исцеляющей Мандалы» и арт терапия через танец.



На 3-й день тура туристов ожидает комплекс женской йоги и занятие инь-йогой, экскурсия в «Императорский питомник, арт-терапия через создание нейрографики «Древо моей Женской силы», водная прогулка на яхте по «Камскому морю», музыкотерапия.

На 4-й день туристов ожидает кундалини и хатха-йога, экскурсия на Камский виноградник, мастер-класс по созданию «Талисмана Удачи», глубинная психологическая практика «Тайны моей внутренней женщины».

На 5-й день туристов ожидает занятие аэройогой, обзорная экскурсия по Камскому Устью, создание экотату «Мехенди», прогулка по пляжу и памятная фотосессия, беседа с йогой в ходе которой будут оценены результаты и успехи занимающихся, получение самых лучших рекомендаций.

Себестоимость данного тура на 1 человека составит 68 209 рублей, себестоимость на группу туристов из 20 человек составит 1 364 180 рублей.

### Список литературы

1. Арбузова Н. Ю. Технология и организация гостиничных услуг: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2020. – 224 с.
2. Безопасный отдых и туризм: учеб. пособие для академического бакалавриата; отв. ред. Г. М. Суворова. – 2-е изд., испр. и доп. – М., 2019. – 195 с.
3. Рассохина Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. – 2-е изд. – М.: Юрайт, 2022. – 210 с.
4. Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование: учебное пособие для вузов. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2022. – 257 с.
5. Королева О. В., Милинчук Е. С. Брендинг туристских территорий: учеб. пособие для вузов. М.: Юрайт, 2022. – 273 с.
6. Джанджугазова Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий: учеб. пособие для среднего профессионального. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2022. – 208с.
7. Королева О. В. Милинчук Е. С. Брендинг туристских территорий: учеб. пособие для вузов. – М.: Юрайт, 2022. – 273 с.
8. Емелин С. В. Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования. – М.: Юрайт, 2022. – 472 с.
9. Симагин Ю. А., Обыграйкин А. В. Экономическая география и регионалистика: учебник для среднего профессионального образования; под ред. Ю. А. Симагина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2022. – 487 с.
10. Христов Т. Т. География туризма: учебник для среднего профессионального образования. – М.: Юрайт, 2022. – 273 с.
11. Логунцова И. В. Малькова И. В. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2022. – 163 с.
12. Камское Устье в Татарстане – Информационно-туристический сайт Камско-Устьинского муниципального района [Электронный ресурс]. – URL: <https://kamskoe.com/>; <https://megalektsii.ru/s43836t3.html> (дата обращения: 11.11.22).
13. Государственный комитет Республики Татарстан по Туризму [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.tatarstan.ru/index.htm/news/2080415.htm>; <https://megalektsii.ru/s43836t3.html> (дата обращения: 11.11.22).
14. Татарские Мальдивы: путешествие по экоккурорту Камское Устье – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tatar-inform.ru/news/tatarskie-maldivy-putesestvie-po-eko-kurortu-kamskoe-uste-5874340>; <https://megalektsii.ru/s43836t3.html> (дата обращения: 11.11.22).
15. Что делать в Камском Устье? Гид по самому живописному району Татарстана – [Электронный ресурс] – URL: <https://visit-tatarstan.com/>; <https://megalektsii.ru/s43836t3.html> (дата обращения: 11.11.22).

Maria Valentinovna Uvarova,  
PhD, Associate Professor,  
Elena Vladimirovna Semenova,  
Student,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Naberezhnye Chelny, Russia

## YOGA TOUR OF THE KAMSKOYE USTYE "WINGS OF PERFECTION"

**Abstract.** Taking into account the increased demand for travel in Russia, thematic tours are gaining popularity, allowing tourists to relax, taking into account their interests and hobbies. In this regard, the authors of this article analyzed the development of regional tourism in the Republic of Tatarstan and found that such a type of tourism as nature has a unique potential and has all the prerequisites for its development. The authors have developed a project for a yoga tour around Kamskoye Ustye, which promotes the promotion of a healthy lifestyle in conditions of comfortable rest.

**Keywords:** regional tourism, thematic tours, yoga tour, eco-resort

УДК 338.48

Мария Валентиновна Уварова,  
к. п. н., доцент,  
Елена Владимировна Семенова,  
студент,  
Бэлла Артемовна Маркова,  
студент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Набережные Челны, Россия

## ПРОФОРИЕНТАЦИОННАЯ ТУРИСТИЧЕСКАЯ ИГРА «ГУТС-ТУР»

**Аннотация.** В контексте реализации приоритетных национальных проектов в области образования и в области развития внутреннего туризма следует уделить внимание расширению и совершенствованию системы профессионального туристского образования. Разработанная авторами туристическая игра с профориентацией позволит объединить ряд профессиональных компетенций студентов, таких как моделирование тура на основе информационных технологий, разработка программ экскурсионного сопровождения, составление экономического обоснования туристского продукта, что позволит создавать уникальные авторские туристические программы и продукты.

**Ключевые слова:** внутренний туризм, профориентация студентов, разработка туристского продукта, информационные технологии в туризме.

На сегодняшний день внутренний туризм России очень активно развивается и является приоритетной государственной стратегией развития. Туристическая отрасль создает более 10 % мирового ВВП и более 28 % мирового экспорта услуг, а также обеспечивает каждое десятое рабочее место в мире. В связи с активным развитием туристской индустрии требуется достаточное количество квалифицированных кадров [9].

«Развитие видов и форм туризма в регионах Российской Федерации связано с социокультурными и экономическими преобразованиями рынка туристских услуг. Вследствие этого имеется необходимость постоянного совершенствования системы профессионального туристского образования на всех его уровнях. Многоуровневое расширение туристских связей и туристской деятельности определяет многообразие систем профессионального туристского образования. Организация профильного обучения в общеобразовательных школах, создание различных курсов довузовского обучения, кружков и других форм подготовки туристской направленности создадут все необходимые условия для более раннего формирования профессионально-важных качеств учащихся в сфере туристской деятельности» [10].

Мы предполагаем, что организация и проведение профориентационных игр по туризму, с элементами квест-туров и моделированием 3D-туров по родному краю и городу, с последующим его прохождением, сформирует интерес у учащихся, и мы получим более 55 % заинтересованных учащихся в данном проекте.

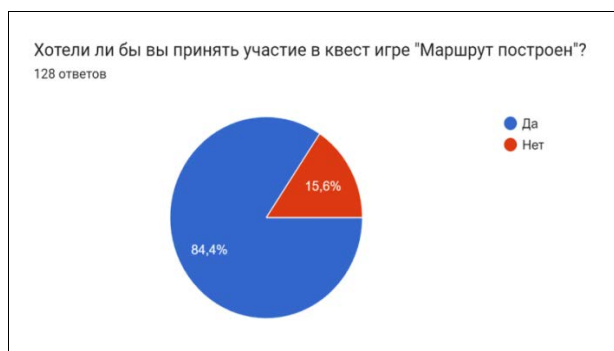
Для утверждения данной гипотезы, авторами проекта был проведен опрос среди учащихся городской школы. Анкетирование проводилось через Google форму. Авторами проекта был разработан опросник, который включал в себя следующие вопросы:

- Хотели ли вы принять участие в квест игре «Маршрут построен»?
- Интересно ли вам попробовать себя в роли разработчика турмаршрута?
- Хотели ли бы вы научиться профессиональным навыкам по разработке турмаршрута, используя компьютерные технологии?

- Ваш возраст.

- Ваш пол.

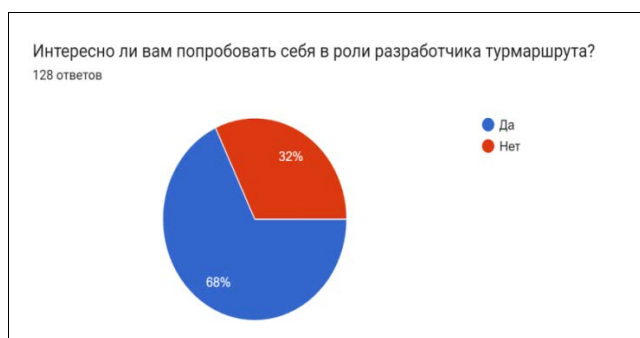
В опросе приняло участие 128 человек (рис. 1).



**Рис. 1. Результаты 1 вопроса**

Круговая диаграмма показывает, что респонденты охотно бы приняли участие в квест-игре «Маршрут построен». У квестов в реальности есть много других положительных качеств, благодаря которым они стали популярны среди самых разных людей. Этот вид развлечений полезен для каждого, ведь он способствует развитию наблюдательности, и тренируют память: во время игры твоя команда за час должна выбраться из комнаты и чтобы это сделать, придется запоминать много информации, искать подсказки и ключи, разгадывать загадки и головоломки. Это помогает тебе развить фантазию и улучшить память.

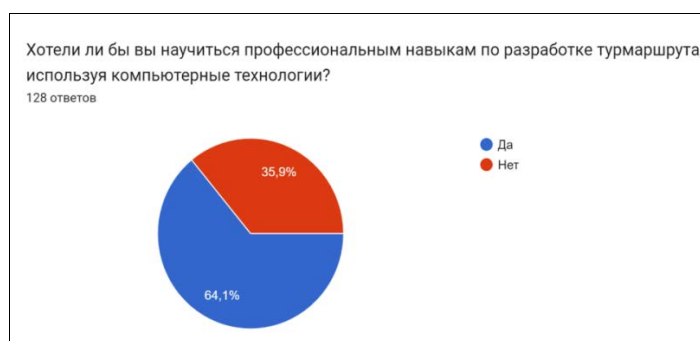
На рис. 2 представлены результаты по второму вопросу.



**Рис. 2. Результаты 2 вопроса**

68 % респондентов ответили «Да» на данный вопрос. Разработка туристического маршрута – это отличная возможность узнать новое и совершать открытия для себя самого. Плюс, разработанный учащимися туристический маршрут, может оказаться востребованным на рынке туристских услуг.

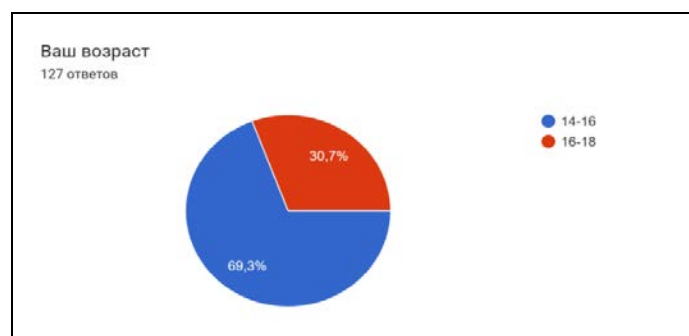
На рис. 3 представлены результаты 3-го вопроса.



**Рис. 3. Результаты 3 вопроса**

Информационные технологии плотно вошли в нашу жизнь, и без них не обходится большинство сфер человеческой жизни. Они делают жизнь людей проще и ярче, исходя из результатов данного вопроса, можно предположить, что большинство учащихся не считают профессиональные навыки по разработке туристического маршрута чем-то бесполезным. Это означает, что 64,1% респондентов заинтересованы в туризме и готовы обучиться использовать информационные технологии в разработке маршрутов.

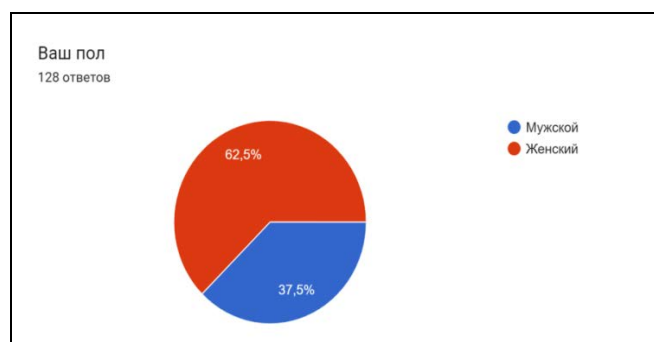
На рис. 4 представлены результаты четвертого вопроса.



**Рис. 4. Результаты 4 вопроса**

Такая разница в результатах данного вопроса может быть обусловлена тем, что большинство учащихся только определяют с будущей специальностью, и для этого они посещают профориентационные мероприятия. Но, в основном, это скучные лекции, которые лишь в теории дают представление о специальности. Наш проект позволяет изучить и теорию, и применить полученные знания на практике, подкрепляя все это тем, что учащиеся учатся основам профессии в соревновательной форме, позволяя раскрыть весь свой потенциал.

На рис. 5 представлены результаты пятого вопроса.



**Рис. 5. Результаты 5 вопроса**

Индустрия туризма – одна из самых благоприятных областей для женщин. Это выяснилось в ходе исследования, проведенного Всемирной туристской организацией (ВТО). Лучше всего дело обстоит в Европе, которая остается самым популярным регионом среди иностранных туристов. По данным исследования, больше половины работающих в сфере туризма – женщины. В остальных отраслях в среднем их доля составляет 39 процентов. И хотя во всем мире средняя зарплата женщин отстает от мужской на 16,8 процентов, в туристической индустрии этот разрыв все-таки меньше – 14,7 процентов. Выше и число женщин на посту министра туризма: 23 процента. В остальных областях женщины-министры составляют 20,7 процента. Все это помогает разрушить существующие стереотипы [13].

Проанализировав результаты данного опроса можно сказать о том, что учащимся интересно поучаствовать в нашей игре и получить профессиональные навыки по разработке тур маршрута.

Таким образом, наши предположения по формированию положительного отзыва со стороны учащихся подтверждается.

Цель нашей игры заключается в ознакомлении учащихся 9–11 классов с туристической деятельностью, оказанием профориентационной поддержки учащимся выпускных классов, а также способствовать их всестороннему и гармоничному развитию личности, обучению и профессиональному самоопределению в видах профессиональной деятельности.

Проект направлен на работу с обучающимися 9 и 11 классов с целью профориентационной направленности и ознакомлением с туристической деятельностью в игровом формате. Также перед началом проведения первой игры планируется создать информационную социальную страничку в ВКонтакте под названием «Городское ученическое сообщество по туризму». Туристическая игра «ГУТС-Тур» состоит из трех этапов. Каждому этапу отводится определенное количество дней. В игре могут участвовать 5 команд из 5 человек.

На первом этапе команды раскроют уникальные места Республики Татарстан, ознакомятся с религиозным, экологическим, промышленным, этнографическим (сельским), экскурсионным туризмом и предложат свои идеи отдыха в соответствии с понравившимся видом туризма. Командам будет выделено время для разработки своих предложений. Затем каждая команда презентует свои идеи.

На втором этапе участников игры ожидает знакомство с сервисами по созданию 3D туров, виртуальных экскурсий и аудиогидов, а также команды разработают свой уникальный квест-тур «Маршрут построен» по Набережным Челнам. На данном этапе командам необходимо продумать пеший маршрут по следующим районам: Автозаводский р-н, Центральный р-н, Комсомольский р-н. Маршрут разрабатывается в соответствии со следующими критериями:

1. Разработка программы тура.
2. Обоснование выбора транспортного средства, условий проживания, организации питания.
3. Отбор экскурсионных объектов.
4. Разработка интерактивных программ и мастер-классов.
5. Школа экскурсовода.

Для этого командам будет отведено время и предоставлено необходимое техническое оборудование, которое включает в себя компьютер с выходом в интернет, офисные программы, сервисы для создания виртуальных экскурсий, 3D туров, аудиогидов, туристические информационные центры (VisitTatarstan).

На третьем финальном этапе командам необходимо представить свой квест-тур «Маршрут построен». Третий этап является самым продолжительным. Он проходит в течение 5 дней. Каждая команда подготавливает контрольный текст и проводит пешую экскурсию в соответствии со своей программой маршрута. После презентации всех маршрутов происходит оценка работы каждой команды, подсчитываются все баллы, которые были набраны командами в ходе всех этапов игры и определяются победители. Заканчивается игра церемонией награждения победителей с памятным призами.

Каждый участник входе игры получит новые знания, познакомится с тем, как устроена туристская деятельность. А также участниками игры будут получены навыки разработки нового туристского маршрута, в том числе с использованием сервисов для создания виртуальных экскурсий, 3D-туров, аудиогидов. Таким образом, расходы на реализацию проекта составят 476 500 руб. Подробнее ознакомится с расходами можно в табл. 1.

Таблица 1

**Расходы на реализацию проекта**

№	Наименование статьи расходов	Стоимость (руб.)	Кол-во	Ед. измерения	Сумма (руб.)
1	Униформа для участников (футболки и повязки с логотипом)	400	300	Шт.	120000
2	Рабочие тетради с заданием и структурой работы	340	300	шт.	102000
3	Изготовление подарочной и сувенирной продукции участникам игры сублимационным нанесением	1100	300	шт.	33000
4	Услуга по организации кофе-брейка из расчета двух дней.	2500	2	дня	5000
5	Дипломы, благодарственные письма	300	300	шт.	90000
6	Приобретение канцелярских товаров	5000			5000
8	Ежедневник с нанесением, УФ печать, твердая обложка, кол-во страниц 256, плотность 70г/м2	700	100	шт.	70000
9	Тематическая атрибутика (стенд, информационные буклеты)	20 000			20000
10	Беспроводной микрофон для проведения экскурсий	4 500	7	шт.	31500
Итоговая стоимость		476 500 руб.			

Хотим отметить, что реализация проекта уже запущена. 2 ноября 2022 года были проведены профессиональные пробы для учеников 9 класса на тему «Туризм. КИУ» в МБОУ «Средняя общеобразовательная школа № 39» города Набережные Челны. В ходе данного мероприятия учащиеся познакомились с возможностями программы izi.TRAVEL и совершили виртуальную прогулку по Набережным Челнам.

**Список литературы**

1. Беспалова Е.А. «ЕВРАЗ – класс» – энергия будущего»: (модель профессионального самоопределения старшеклассников в условиях сетевого взаимодействия) // Управление современной школой. Завуч. – 2021. – № 7. – С. 49–69.
2. Гайнеев Э. Р. Чемпионат мира Worldskills «Возрождение уважения к человеку труда» // Методист. – 2021 – № 1 – С. 37-39.
3. Киселев С.М. Профориентационная работа с обучающимися и их родителями – основа предпрофессиональной подготовки // Доп. образование и воспитание. – 2020. – № 6. – С. 54–55.

4. Мелетичев В.В., Харитонов Е. В. Профессиональные склонности и мотивация обучающихся как условие успешности выбора и освоения профессии // Педагогика. – 2020. – № 1. – С. 87–93.

5. Коморова И.В. Выбор профессии – дело серьезное: профориентационная игра по мотивам игры «Форт Бойярд» // Доп. образование и воспитание. – 2021. – № 1. – С. 46–48.

6. Корчуганова И.П. Профориентационные возможности проектной деятельности в дополнительном образовании: формирование компетенций будущего // Методист. – 2021. – № 2. – С. 30–34.

7. Мухамадиева Ю.П., Полупанов И.И. Актуальные проблемы кадрового обеспечения в сфере туризма // Молодой ученый. – 2017. – № 13.2 (147.2) – С. 15–17.

8. Жигунова Г.В., Шарова Е. Н. Потребность в кадрах туристической отрасли (на материалах экспертного опроса) // Общество: социология, психология, педагогика. – 2021. – № 12. – С. 33–39.

9. Поддержка проектов развития внутреннего туризма – Агентство стратегических инициатив [Электронный ресурс]. – URL: <https://asi.ru/leaders/initiatives/tourism/> (дата обращения: 06.11.22).

10. России нужно в 20 раз больше кадров для туристической индустрии, чем есть в настоящее время – интерфакс-туризм [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/88726/> (дата обращения: 06.11.22).

11. Женщины завоевывают индустрию туризма – новое исследование Всемирной туристской организации – Новости ООН. Глобальный взгляд. Человеческие судьбы [Электронный ресурс]. – URL: <https://news.un.org/ru/story/2019/11/1366721> (дата обращения: 06.11.22).

Maria Valentinovna Uvarova,  
PhD, Associate Professor,  
Elena Vladimirovna Semyonova,  
Student,  
Bella Artyomovna Markova,  
Student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Naberezhnye Chelny, Russia

## CAREER-ORIENTED TOURIST GAME "GUTS-TOUR"

**Abstract.** In the context of the implementation of priority national projects in the field of education and in the field of development of domestic tourism, attention should be paid to the expansion and improvement of the system of professional tourism education. The career-guided tourist game developed by the authors will allow combining a number of professional competencies of students, such as modeling a tour based on information technology, developing excursion support programs, compiling an economic justification for a tourist product, which will allow creating unique author's tourist programs and products.

**Keywords:** domestic tourism, career guidance for students, development of a tourist product, information technology in tourism

Николай Васильевич Удалов,  
к. фил. н, доцент,  
Татьяна Николаевна Чернышева,  
к. г. н, доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Набережные Челны, Россия

## РАЗРАБОТКА ТРЕБОВАНИЙ К ОРГАНИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТУРОВ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

**Аннотация.** В работе рассматриваются вопросы структуризации требований к экологическим турам, рассматривается структура методических рекомендаций к организации экологических туров, предлагается методическая рекомендация к организации туров в Республике Татарстан.

**Ключевые слова:** экологический туризм, туристско-рекреационный потенциал, организация экологических туров, требования к организации экологических туров

Экотуризм можно теоретически представить и практически развивать в рамках комплексной концепции устойчивого развития, опирающейся на сохранение биоразнообразия для будущих поколений, а также планирование и управление туристической деятельностью в рамках циркулярной экономики. Принципы устойчивого развития ярче всего проявляются в рамках экологического туризма, так как он напрямую связан с ресурсом, нуждающемся в использовании с учетом ограниченности, уникальности и гармонии с окружающей средой.

Экологический туризм включает многочисленный ряд секторов туристской сферы, от однодневных выходов на природу и небольших экскурсий до многодневных туров и трекингов. Чаще всего предстает в 3 направлениях: научный, познавательный, рекреационный.

Научный экологический туризм представлен в первую очередь научными экспедициями и поездками в районы относительно не затронутые антропогенным воздействием (заповедники, национальные парки, заказники, памятники природы). Этот вид туризма широко используется в ходе летних практик и экскурсий для обучающихся. В последние годы для проведения исследований в природе привлекают волонтеров, что расширяет количественно данное направление экологического туризма.

Познавательный экотуризм связан с организацией наблюдений за животными, растениями и природными комплексами на особо охраняемых территориях разного ранга и уровня. Уже накоплен большой отечественный и мировой опыт показа животных, находящихся под охраной, устройство природоохранных мероприятий в рамках ареала обитания видов [1].

Рекреационный экологический туризм направлен на организацию отдыха туристов в уникальных природных ландшафтах. Традиционно делится на активный (трекинг, прогулки, походы и т. д.) и пассивный (пикник, глемпинг, палаточный лагерь).

Экологический туризм, получивший широкое развитие в последнее время, предполагает в первую очередь, знакомство с территориями, не затронутых в полной мере антропогенным воздействием. Такие поездки являются многоцелевыми, это не только получение новой информации о природных комплексах посещаемой территории, но и знакомство с социокультурной средой: традициями и обрядами местных жителей, археологическими, палеонтологическими и историческими достопримечательностями. Поэтому цели носят комплексный характер, но главным должно быть уважительное отношение к природе, жителям и культуре посещаемых территорий, сохранение всего комплекса природных ландшафтов и воспитание у людей бережного отношения к природе.

Республика Татарстан обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом, на ее территории сосредоточены уникальные природные и рекреационные ресурсы, объекты национального, культурного и исторического наследия, проходят важные экономические, спортивные и культурные события, где особое место принадлежит столице республики – г. Казани [2].

«На сегодняшний день природно-заповедный фонд Республики Татарстан включает 187 особо охраняемых природных объектов, в том числе: Волжско-Камский государственный



ный природный биосферный заповедник; Национальный парк «Нижняя Кама»; 37 государственных природных заказника регионального значения разного профиля; 144 памятника природы регионального значения, в том числе наземных – 79, водных – 65 (озера, реки, родники); 3 особо охраняемых природных территория местного значения» [3].

Развитие экологического туризма является одной из задач развития сферы туризма в Республике Татарстан, что указывается в государственной программе «Развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан на 2014–2023 годы» [4].

Анализ имеющихся требований к организации экологических туров выявил необходимость в разработке свода методических рекомендаций (методички). В разработанной авторами методичке рассматриваются необходимые пункты для понимания сути экологического туризма.

Методичка состоит из 3 основных пунктов:

- введение и структура экологического туризма;
- общие требования к организации экологических туров;
- памятка «зеленого» туриста.

Также в методических рекомендациях имеется введение и библиографический список использованных источников. Объем «методички» – 30 страниц.

В первом пункте рассматриваются виды и структура экологического туризма, приводятся теоретические аспекты экотуризма, описываются определение и особенности, принципы и воздействия, виды и классификация экологического туризма.

Во втором пункте приведены общие требования к организации экологических туров. Была проделана работа по структуризации требований, с целью определения их границ, установления непротиворечивости и приоритетов. Структуризация была проведена по действующим лицам-операторам, обслуживающим компаниям и непосредственно туристам.

Были разработаны следующие требования:

- к экологическим турам;
- к программам;
- к услугам при проведении экотуров;
- к безопасности;
- к физической подготовке туристов;
- к транспорту;
- к гиду-экскурсоводу.

В третьем пункте была представлена памятка «зеленого» туриста, которая в свою очередь состоит из пяти страниц.

Первая страница предстает в виде обложки для памятки «зеленого» туриста. Следующие четыре страницы носят рекомендательный характер и предстают важным элементом для формирования экологического сознания у современных туристов. В памятке затрагивается концепция многоразового пользования, также рекомендации касательно выбора транспорта, правила поведения при прямом воздействии на окружающую среду, также представляется предложения к поддержке экологических инициатив (были приведены примеры экологических инициатив). Помимо всего вышеперечисленного, последняя страница памятки представляет небольшие «зеленые» советы.

Разработанные требования к организации экологических туров могут использоваться туроператорами и другими участниками экологического туризма.

### **Список литературы**

1. Увидеть и сохранить. Экологическое просвещение и познавательный туризм на особо охраняемых природных территориях: сб. статей / сост. Н.Н. Буторина, АНО «Эко-Центр «Заповедники», 2015. – 272 с.

2. Об утверждении стратегии развития туризма до 2021 года и плановый период до 2030 года: Приказ Государственного комитета РТ по туризму от 24 июля 2017 г. № 109.

3. Государственный комитет РТ по биоресурсам. – URL: <https://ojm.tatarstan.ru/oopt-reestr-perechen.htm> (дата обращения: 02.11.22).

4. Об утверждении государственной программы «Развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан на 2014–2023 годы»: Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан от 21 июля 2014 г. № 522.

Nikolay Vasilyevich Udalov,  
PhD, Associate Professor,  
Tatiana Nikolaevna Chernysheva,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Naberezhnye Chelny, Russia

## DEVELOPMENT OF REQUIREMENTS FOR THE ORGANIZATION OF ECOLOGICAL TOURS IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

**Abstract.** The paper discusses the issues of structuring requirements for environmental tours, examines the structure of methodological recommendations for the organization of environmental tours, offers a methodological recommendation for the organization of tours in the Republic of Tatarstan.

**Keywords:** ecological tourism, tourist and recreational potential, organization of ecological tours, requirements for the organization of ecological tours

УДК 338.48

Наталья Владимировна Уткина,  
к. э. н., доцент,  
Пензенский государственный университет,  
Пенза, Россия

## ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы влияния внутреннего туризма на устойчивое развитие регионов, приводятся результаты исследования современного состояния региональной сферы туризма на примере Пензенской области. Автор приходит к выводу, что в регионе до сих пор нет понимания роли туризма в обеспечении устойчивого социально-экономического развития Пензенской области и предлагает пересмотр системы управления этой сферой деятельности.

**Ключевые слова:** внутренний туризм, устойчивое развитие, управление туризмом, Пензенская область

В настоящее время одной из актуальных тем для проведения исследований становятся вопросы влияния внутреннего туризма на устойчивое развитие регионов, где под регионом понимается территориальная хозяйственная система мезоуровня. Это обусловлено рядом причин, в числе которых трансформация рынка туризма, которая происходит одновременно с трансформацией общества и экономики в целом вследствие влияния пандемии COVID-19 и других макро-событий последнего времени. Происходящие трансформационные процессы коренным образом изменяют привычные траектории развития экономических систем, различных отраслей хозяйствования, входящих в собирательную классификационную группировку видов экономической деятельности «Туризм», организационных бизнес-процессов в целях сохранения и удержания рыночных позиций.

Вне зависимости от геополитических изменений, устойчивое развитие стало неотъемлемой частью государственной повестки в РФ. При этом произошло понимание, что цели устойчивого развития могут быть достигнуты в том числе за счет реализации стратегий стимулирования устойчивого туризма. Согласно определению UNWTO, под устойчивым туризмом понимается «туризм, берущий на себя всю полноту ответственности за нынешнее и будущее экономическое, социальное и экологическое развитие с учетом интересов туристов, предпри-

нимательства, местных общин и охраны окружающей среды» [1]. Следовательно, управление сферой туризма территории должно строиться стратегически осознанно по принципу «мысли глобально, действуй локально» с пониманием принципов устойчивого развития.

Усиление роли туризма в устойчивом развитии невозможно исключительно на национальном уровне, необходимо включение в этот процесс регионов. В данном контексте велика роль представителей высшей школы, науки, органов власти и ведущих экспертов отрасли в выявлении проблемных вопросов, разработке общих подходов их решения, выработки социальных и экономических приоритетов устойчивого развития регионов как туристских дестинаций.

Мы придерживаемся точки зрения, что развитие сферы туризма региона требует планирования и управления с ориентацией на четыре вида капитала: природный, произведенный, социальный и человеческий. Только в этом случае можно говорить об устойчивом туризме.

Многие субъекты РФ, которые рассматривают туризм в качестве стратегического направления своего развития, формируют таким образом региональную политику, чтобы интеграция государственных, частных и общественных усилий способствовала развитию этого сектора экономики даже в нестабильных внешних условиях. Примерами здесь могут служить Республики Татарстан и Башкортостан, которые входят в ТОП-10 Национального туристического рейтинга [2]. В повестку устойчивого развития активно включились Нижегородская и Самарская области, Республика Чувашия. Указанные регионы доказали, что при грамотном планировании и управлении внутренний туризм становится инструментом достижения устойчивого развития.

Однако не во всех субъектах РФ региональные органы власти ведут активную работу по включению сферы туризма в решение задачи обеспечения устойчивого развития своих территорий. К таким регионам относится и Пензенская область.

Пензенская область – нетипичная туристская территория, где уровень бюджетной обеспеченности не позволяет покрывать все необходимые расходы на решение социальных, экологических задач, вкладывать деньги из бюджета региона в капиталоемкие проекты создания туристской и сопутствующей инфраструктуры. Динамика развития туризма в допандемийные годы характеризовалась в регионе относительно стабильным ростом большинства показателей. В Национальном туристическом рейтинге область занимает 46 место (табл. 1).

Таблица 1

**Показатели Пензенской области в Национальном туристическом рейтинге по годам за период 2015–2022 гг.**

Показатели рейтинга	Годы							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Занимаемое место	63	62	58	57	57	52	53	46
Количество баллов	30,8	39,9	47,1	46,6	47,8	56,8	55,4	61,7

*Источник:* составлено автором на основе данных Национального туристического рейтинга за 2015– 2022 гг.

Развитие туризма в регионе финансируется только за счет средств бюджета Пензенской области [3]. Другие источники финансирования не реализуются. Предусмотренное финансирование не ориентировано на устойчивое развитие туризма в регионе, суммы финансового обеспечения статичны и малы. С одной стороны – это следствие отсутствия денег в бюджете Пензенской области, а с другой стороны подтверждает наш вывод о близорукости и инертности регионального управления развитием отрасли туризма.

В целом развитие сферы туризма в Пензенской области сдерживает ряд факторов:

- разрозненность, неоднородность развития туристско-рекреационных территорий Пензенской области, отсутствие кластерных инициатив;
- недостаточно развитая система территориального туристского маркетинга, отсутствие маркетингового подхода к формированию и продвижению регионального турпродукта,

низкая узнаваемость Пензенской области как туристской территории на российском рынке туризма;

- дефицит объектов туристской и сопутствующей инфраструктуры, соответствующих современным требованиям;

- малое количество объектов индустрии туризма и гостеприимства, формирующих клиентоориентированное предложение с учетом особенностей спроса различных категорий потребителей туристских и сопутствующих услуг;

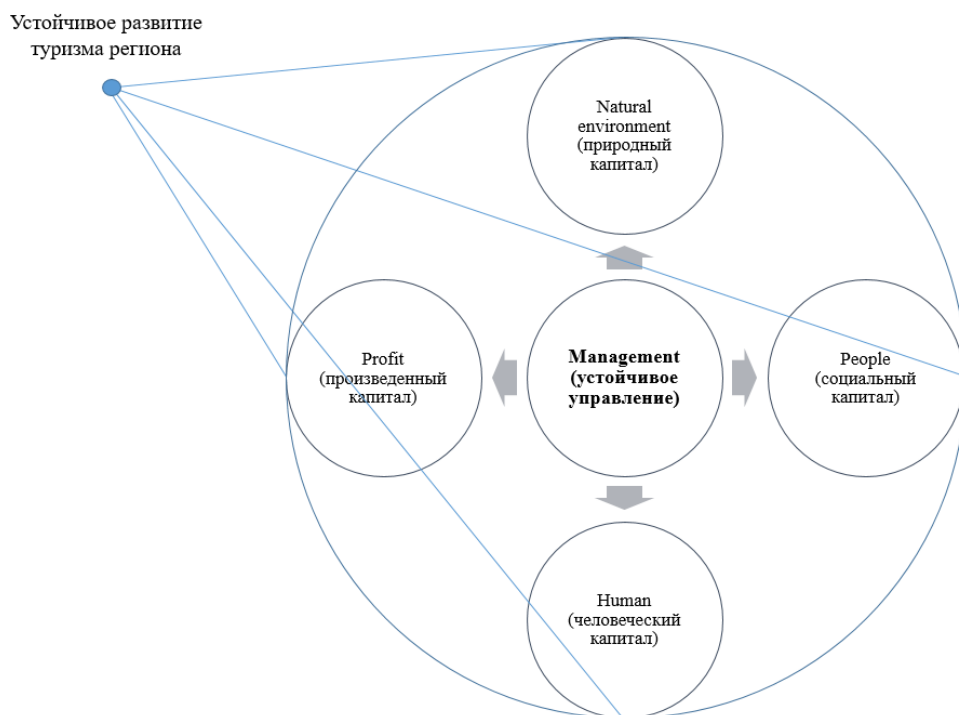
- отсутствие системного подхода к вопросам организации кадрового обеспечения индустрии туризма и гостеприимства региона;

- низкая эффективность межведомственного взаимодействия и взаимодействия органов власти с бизнесом, общественными организациями и местным населением в решении вопросов развития сферы туризма в Пензенской области;

- отсутствие организационной структуры, выполняющей функцию интегратора интересов органов государственной власти, субъектов бизнеса и общественных институтов в вопросах развития отрасли туризма на региональном уровне.

Указанные факторы являются следствием недооцененной роли туризма в обеспечении устойчивого социально-экономического развития Пензенской области. Решение этой задачи требует пересмотра подхода к управлению туризмом в Пензенской области.

Для того чтобы туризм действительно выступал инструментом региональной политики, управление этой сферой должно удовлетворять принципам устойчивого подхода и строится на основе тесного взаимодействия между органами власти, бизнесом, некоммерческим сектором и местным населением. Задача устойчивого управления – учесть влияние сферы туризма на изменение состояния четырех составляющих устойчивого развития территориальной системы мезоуровня: natural environment (природные ресурсы региона, формирующие ее природный капитал), profit (ресурсы, формирующие произведенный капитал и характеризующие экономическое состояние региона), people (ресурсы, формирующие социальный капитал региона), human (человеческий капитал региона). Концептуальная модель устойчивого развития туризма региона представлена на рис. 1.



**Рис.1. Концептуальная модель устойчивого развития туризма региона**

*Источник:* составлено автором в соавторстве с к. э. н., доцентом Л.Б. Есиной (г. Пенза, ПГУ).

Формируя условия для обеспечения устойчивого развития туризмом региональным органам власти следует учитывать, что отрасль туризма является сложной социально-экономической системой, участники которой осуществляют принятие управленческих решений в сфере организации производства и предоставления регионального турпродукта и обладают правом на использование ресурсов по осуществлению решений. Каждый из участников отрасли осуществляет управление в соответствии со своими полномочиями, целями, ресурсами и интересами.

Для согласованного устойчивого управления требуется разработка такой региональной стратегии развития туризма, которая будет основываться на анализе фактической исходной ситуации, учитывать изменения в макросреде, качественных и количественных характеристиках спроса на рынке туризма.

В заключение отметим, что выявленные авторами проблемы в управлении региональным туризмом требуют незамедлительного решения. Пересмотр системы управления позволит более эффективно использовать потенциал внутреннего туризма для устойчивого социально-экономического развития Пензенской области.

### Список литературы

1. Sustainable Development of Tourism. World Tourism Organization – Definition [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (дата обращения: 24.11.22).
2. Национальный туристический рейтинг-2022 [Электронный ресурс]. – URL: <https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskiy-rejting-2022> (дата обращения: 24.11.22).
3. Государственная программа «Развитие культуры и туризма Пензенской области на 2014 – 2022 годы», утвержденная постановлением Правительства Пензенской области от 22.10.2013 № 783-пП.

Natalia Vladimirovna Utkina,  
PhD in Economics, Associate Professor,  
Penza State University,  
Penza, Russia

### DOMESTIC TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF REGIONS

**Abstract.** The article considers the issues of the influence of domestic tourism on the sustainable development of regions, presents the results of a study of the current state of the regional tourism sector on the example of the Penza region. The author comes to the conclusion that there is still no understanding of the role of tourism in ensuring sustainable socio-economic development of the Penza region in the region and suggests a revision of the management system of this field of activity.

**Keywords:** domestic tourism, sustainable development, tourism management, Penza region

Наталья Владимировна Уткина,  
к. э. н., доцент,  
Анастасия Антоновна Кузнецова,  
студент,  
Константин Леонидович Калета,  
студент,  
Мелани Гамлетовна Сркеян,  
студент,  
Пензенский государственный университет  
Пенза, Россия

### ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ РАЗВИТИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО КОМПЛЕКСА «МИХАЙЛОВСКИЙ РЕДУТ» (С. НИКОЛАЕВКА ПЕНЗЕНСКОГО РАЙОНА ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ)

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследования возможностей развития историко-культурного комплекса «Михайловский редут», открытого в 2022 году в селе Николаевка Пензенской области и посвященному первооткрывателю, исследователю Русской Америки, морскому офицеру, уроженцу Пензенской губернии Л. А. Загоскину. Научная работа проводилась в несколько этапов и включала кабинетные и полевые исследования. По результатам исследования разработаны предложения по развитию историко-культурного комплекса «Михайловский редут» в контексте социально-экономического развития села Николаевка, предложены проект экскурсии, программы туров выходного дня и промо-материалы для продвижения разработанных продуктов.

**Ключевые слова:** внутренний туризм, культурно-познавательный туризм, Михайловский редут, Пензенская область, село Николаевка, Загоскин Лаврентий Алексеевич

Культурно-познавательный туризм зачастую является главенствующим видом туризма на территории многих субъектов РФ, не имеющих «выхода» к теплым морям и другим водным ресурсам, подходящим для пляжного отдыха. Ресурсной основой развития культурно-познавательного туризма являются памятники культурного наследия, включающие материальные и духовные историко-культурные ценности. Это в полной мере относится к Пензенской области, отличительной особенностью которой является ее многообразное культурное наследие [1]. По словам академика Д. С. Лихачева, именно культурное наследие делает регион «важнейшим центром культуры российской провинции» [2].

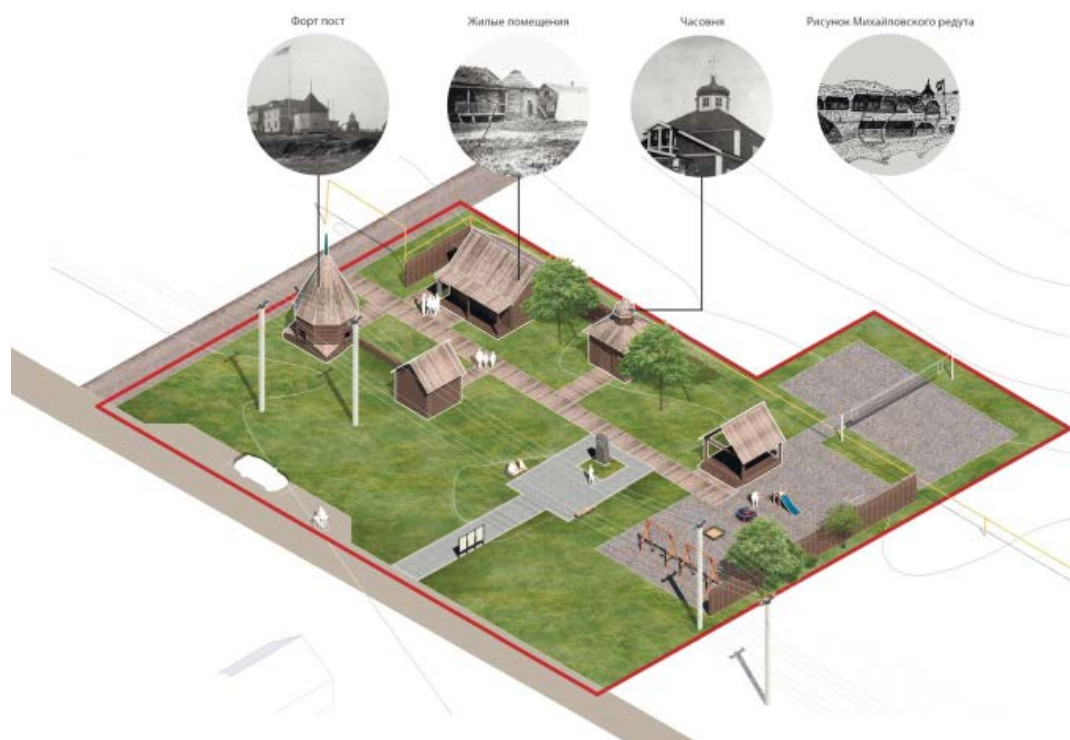
Пензенская область расположена в центре Европейской части России в 625 км к юго-востоку от Москвы. Главная туристская достопримечательность региона – Государственный Лермонтовский музей-заповедник «Тарханы», связанный с именем великого русского поэта М. Ю. Лермонтова и известный на международном уровне еще с советских времен. Значительные туристские потоки формирует село Наровчат с его домом-музеем А. И. Куприна, музеем-заповедником Наровчатского района и другими достопримечательностями. Пользуются спросом экскурсии в музей А. Н. Радищева (село Радищево) и музей-усадьбу В. Г. Белинского (город Белинский), а также по городу Пенза и в город Никольск – «хрустальное сердце России». Однако для дальнейшего развития культурно-познавательного туризма недостаточно использовать потенциал известных с советского времени объектов. Необходимо «встраивать» в существующие программы приема туристов новые объекты показа, расположенные на территории Пензенской области, систематизировано формировать к ним туристский интерес и развивать их туристскую привлекательность с ориентацией на долгосрочную перспективу.

Одним из таких объектов может стать историко-культурный комплекс «Михайловский редут», расположенный в селе Николаевка Пензенского района Пензенской области. «Михайловский редут» является деревянной копией укрепленного торгового поста, основанного на Аляске в 1833 году Российско-Американской компанией (когда данные земли находились под властью Российской Империи). Комплекс был открыт 23 июля 2022 года, а его строительство началось в 2021 году. Проект реализован за счет финансирования, полученного

Пензенским областным отделением Всероссийской общественной организации «Русское географическое общество» в рамках конкурса Фонда Президентских грантов [3].

В настоящее время «Михайловский редут» включает несколько сооружений, реконструируемых по изображениям и чертежам в соответствии со стилем русских деревянных строений первой половины XIX века: фортпост, жилище казарменного типа, амбар и часовня (рис. 1). На территории комплекса установлен памятник первооткрывателю, исследователю Русской Америки, морскому офицеру Л. А. Загоскину (скульптор И. В. Порватов, архитектор А. Ю. Белов, 2019 год) [4; 5]. Также здесь размещено несколько информационных стендов, расположены открытая деревянная беседка, детская и спортивная площадки, оборудован общественный деревянный туалет, отсыпан оборонительный вал, сделана асфальтированная автостоянка. Все строения редута соединены деревянным тротуаром.

На данный момент строительство и обустройство историко-культурного комплекса не окончены. Планируется расширить и благоустроить его территорию, воссоздать индейскую деревню и большую индейскую тропу, «наполнить» комплекс интересными событийными мероприятиями, создать полноценные условия для организации экскурсионного обслуживания, продажи сувениров и пр. Конечная цель – сделать «Михайловский редут» популярным туристическим центром, который станет известным не только в Пензенской области, но и в Российской Федерации.



**Рис. 1. Видовое изображение «Михайловского редута» (архитектурное бюро «ВЕЩЬ!», архитектор А.Ю. Белов)**

Уже сейчас «Михайловский редут» посещают гости, в основном – жители Пензенской области и, как правило, в рамках проведения в Николаевке различных культурно-массовых мероприятий, наиболее крупными из которых являются фестиваль «Юконский ворон» и Федоровская ярмарка. Подобные мероприятия несомненно помогают усилить интерес к этому объекту и к селу Николаевка.

Следует отметить, что историко-культурный комплекс «Михайловский редут» создан в Николаевке неслучайно. Село является малой Родиной Лаврентия Алексеевича Загоскина. Именно Михайловский редут был тем местом, откуда в 1833 году началась его самая крупная экспедиция по исследованию Аляски [4; 5].

Важно отметить, что село Николаевка расположено всего в 30 км. от Пензы – административного центра региона. До «Михайловского редута», находящегося в центре села, проложена автомобильная дорога общего пользования с асфальтовым покрытием. Из города Пенза в Николаевку можно добраться по автомобильным дорогам федерального значения Р-158 и Р-208.

Само село весьма интересно в краеведческом плане. Оно было основано между 1721 и 1747 годами. Здесь сохранились руины каменного православного Храма во имя Феодоровской иконы Божией Матери, в котором 24 мая 1808 года был крещен Л. А. Загоскин. 24 ноября 2017 года митрополит Пензенский и Нижнеломовский Серафим совершил чин освящения Поклонного креста и мемориальной доски, установленных 9 ноября 2017 года у алтаря этого храма.

В настоящее время в Николаевке проживает всего около 150 человек постоянных жителей, на лето приезжают «дачники». Село газифицировано, проведено электричество. Однако здесь нет централизованного водопровода (жители пользуются общими колодцами и собственными скважинами), нет торговых объектов и объектов социальной инфраструктуры. Ничем неприметное, на первый взгляд, село практически вымирало. Новый виток его развития начался со строительства здесь «Михайловского редута», что и вызвало дальнейший интерес в проведении исследований возможностей развития историко-культурного комплекса «Михайловский редут» в контексте решения задачи возрождения села Николаевка.

Для решения указанной задачи в период с 27 сентября по 1 октября 2022 года Пензенским государственным университетом (г. Пенза) при участии ООО «Бюро путешествий и экскурсий «Джинтур» (г. Тамбов) была организована и проведена студенческая экспедиция «В гости к Юконскому ворону»<sup>1</sup>. Экспедиция состоялась в рамках Всероссийского проекта «Открываем Россию заново» [6]. География поездки: г. Пенза, населенные пункты Пензенского и Каменского муниципальных районов Пензенской области. Цель экспедиции – способствовать повышению туристской привлекательности историко-культурного комплекса «Михайловский редут» и формированию стабильного туристского потока, тем самым создавая условия для социально-экономического развития села Николаевка и близлежащих территорий. Участниками экспедиции стали 14 студентов направления подготовки «Туризм» Пензенского государственного университета (ПГУ). Руководство экспедицией осуществляли преподаватели кафедры «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» института экономики и управления ПГУ, занимающиеся исследованием проблем развития туризма в Пензенской области.

Программа экспедиции включала полевые исследования с осмотром природных объектов, а также зданий и сооружений, сохранившихся в Николаевке; проведение круглых столов с различными стейкхолдерами: местными жителями, администрацией села, представителями общественных организаций и туроператорского бизнеса, студентами и преподавателями Каменского техникума промышленных технологий и предпринимательства. В рамках поездки проведено исследование объектов туристской инфраструктуры Пензенского и Каменского муниципальных районов области, студенты посетили музей живой воды «Кувака», базу отдыха «Белая гора», арт-поместье «Новые берега» [7; 8].

По итогам студенческой экспедиции получены следующие результаты:

а) разработаны предложения по развитию историко-культурного комплекса «Михайловский редут». Часть предложений принята в работу Пензенским областным отделением Всероссийской общественной организации «Русское географическое общество». Некоторые предложения стали основой для дальнейшей детальной проработки студентами направления «Туризм» ПГУ в рамках выполнения других заданий экспедиции, курсовых работ, выпускных квалификационных работ, а также для подготовки проектов для участия в грантовых конкурсах для студентов и студенческих объединений;

б) разработан проект пешеходной экскурсии по историко-культурному комплексу «Михайловский редут». Апробация экскурсии состоялась 1 октября 2022 года. Экскурсия проведена для инклюзивной группы экскурсантов, включающей инвалидов-колясочников.

---

<sup>1</sup> «Юконский ворон» – так индейцы Русской Америки называли легендарного исследователя, морского офицера, первопроходца Лаврентия Алексеевича Загоскина.



По результатам апробации была проведена доработка комплекта технологической документации: составлены карточки объектов экскурсионного показа, «портфель экскурсовода», скорректированы контрольный текст экскурсии, применяемые методы и приемы показа и рассказа, подготовлена технологическая карта экскурсии. Отметим, что экскурсия включает интерактивные формы работы с экскурсантами, что делается с целью вовлечения участников в активное взаимодействие с экскурсоводом, формирования у экскурсантов желания самим более подробно узнать о личности Л. А. Загоскина, особенностях его пребывания на Аляске. Поскольку предполагается, что проведение пешеходных экскурсий по «Михайловскому реду» будет являться частью более комплексного туристского продукта, был проведен расчет стоимости экскурсии методом калькуляции на группу из 15 человек;

в) разработаны три проекта туров выходного дня, предполагающих посещение историко-культурного комплекса «Михайловский реду»: «К родным берегам», «По страницам истории» и «Возвращение к истокам». Защита проектов туров состоялась 30 сентября 2022 года в рамках круглого стола в арт-поместье «Новые берега». По результатам защиты принято решение по организации культурно-познавательной поездки для резидентов арт-поместья «Новые берега» по маршруту с. Богословка – с. Николаевка – с. Богословка летом 2023 года;

г) подготовлены промоматериалы: проморолик экскурсии по «Михайловскому реду», промо-ролик тура выходного дня. Подготовлено видео по итогам участия студентов в экспедиции «В гости к Юконскому ворону». Все видеоматериалы размещены на Интернет-ресурсах проекта «Юконский ворон» Пензенского областного отделения Всероссийской общественной организации «Русское географическое общество», а также на интернет-ресурсах Пензенского государственного университета и проекта «Открываем Россию заново».

В заключение хотелось бы отметить следующее: Пензенская область имеет богатейшее историко-культурное наследие, связанное с историческими событиями, с жизнью выдающихся людей. В их числе – Лаврентий Алексеевич Загоскин – русский морской офицер, путешественник, исследователь. Это наследие нужно сохранять и популяризировать, в том числе реализуя потенциал историко-культурного комплекса «Михайловский реду» для возрождения села Николаевка, вовлечения сельской территории в экономику региона за счет развития здесь центра культурно-познавательного туризма.

Проведенное исследование показало, что «Михайловский реду», являясь «новоделом», не лишен туристской привлекательности. Многие, посещая это место, впервые открывают для себя имя Л. А. Загоскина, что говорит о важности развития «Михайловского реду» как просветительского центра. В городе Пенза уже существует музей, посвященный известным пензенским исследователям и путешественникам, однако «Михайловский реду» являет собой совершенно новый подход к данной теме и безусловно требует «наполнения» не только уникальными экспонатами, но и экскурсионными услугами, а также другими услугами по удовлетворению потребностей туристов в организации и осуществлении полезного отдыха.

### Список литературы

1. Потенциал и перспективы развития туризма в Пензенской области: монография. / Л.Н. Семеркова, Л.Б. Есина, Н.В. Уткина, С.В. Латынова. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2014. – 182 с.
2. Шмитд С.О. Мир гуманитарной культуры Д.С. Лихачева и краеведение [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2001/st/lih2001\\_st\\_02.pdf](http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2001/st/lih2001_st_02.pdf) (дата обращения: 17.11.22).
3. Сайт конкурса Президентских грантов. Проект «Юконский ворон. (Памяти легендарного исследователя Русской Америки Л.А. Загоскина посвящается)» [Электронный ресурс]. – URL: <https://президентскиегранты.рф/public/application/item?id=B0ECC2C5-8689-474A-A5D7-70A8CCFBF45D> (дата обращения: 17.11.22) (дата обращения: 17.11.22).
4. Проект «Юконский ворон». Официальный сайт Пензенского областного отделения ВОО «Русское географическое общество» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rgo.ru/ru/penza/proekty/proekt-yukonskiy-voron> (дата обращения: 17.11.22).

5. Просветительский проект «Возвращение к родным берегам». Официальный сайт Пензенского областного отделения ВОО «Русское географическое общество» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rgo.ru/ru/penza/proekty/prosvetitel'skiy-proekt-vozvrashchenie-k-rodnyum-beregam> (дата обращения: 17.11.22).

6. Сайт профессионального конкурса по отбору и проведению студенческих экспедиций в региональной повестке развития «Открываем Россию заново» [Электронный ресурс]. – URL: <https://openrussia.rsv.ru/#expeditions#!/tab/467005242-4> (дата обращения: 17.11.22).

7. Студенты ПГУ исследовали туристический потенциал «Михайловского редута»: они отправились в пятидневную экспедицию «В гости к Юконскому ворону» [Электронный ресурс]. – URL: <https://pnzgu.ru/news/2022/10/3/10230793> (дата обращения: 17.11.22).

8. Завершилась экспедиция «В гости к Юконскому ворону» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rgo.ru/ru/article/zavershilas-ekspediciya-v-gosti-k-yukonskomu-voronu> (дата обращения: 17.11.22).

Natalia Vladimirovna Utkina,  
PhD, Associate Professor,  
Anastasia Antonovna Kuznetsova,  
Student,  
Konstantin Leonidovich Kaleta,  
Student,  
Melanie Gamletovna Srkeyan,  
Student,  
Penza State University,  
Penza, Russia

## EXPLORING DEVELOPMENT OPPORTUNITIES THE HISTORICAL AND CULTURAL COMPLEX «MIKHAILOVSKY REDOUBT» (NIKOLAEVKA VILLAGE, PENZA DISTRICT, PENZA REGION)

**Abstract.** The article presents the results of a study of the development possibilities of the historical and cultural complex "Mikhailovsky Redoubt", opened in 2022 in the village of Nikolaevka, Penza region and dedicated to the discoverer, researcher of Russian America, naval officer, native of Penza province L. A. Zagoskin. The scientific work was carried out in several stages and included desk and field research. Based on the results of the study, proposals were developed for the development of the historical and cultural complex "Mikhailovsky Redoubt" in the context of the socio-economic development of the village of Nikolaevka, an excursion project, weekend tour programs and promotional materials for the promotion of the developed products were proposed.

**Keywords:** domestic tourism, cultural and educational tourism, Mikhailovsky redoubt, Penza region, Nikolaevka village, Zagoskin Lavrenty Alekseevich

УДК 338.48

Милена Александровна Филатова,  
студент,  
Сергей Александрович Грашин,  
к. э. н., доцент,  
Поволжский государственный университет сервиса,  
Тольятти, Россия

## ТУРИЗМ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ

**Аннотация.** В статье рассматриваются три аспекта по устойчивому развитию туризма, концепции устойчивого развития. Осуществляется анализ факторов устойчивого развития регионов таких как: Москва, Дальний Восток, Татарстан. В этих регионах рассматриваются тенденции развития туризма и инфраструктуры.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие туризма, туризм, туристические центры, устойчивые туристические продукты, Москва, Дальний Восток, Республика Татарстан

Сегодня туризм становится одной из самых быстрорастущих отраслей в мире. Туризм играет важную роль в экономическом развитии страны. Это происходит по нескольким причинам. Во-первых, туризм составляет значительную долю валового национального продукта (ВВП) и является одним из основных источников занятости, где бы он ни развивался. Туризм – это главный источник в каждой стране. Текущее состояние туризма зависит от изменений внутренних и внешних социально-экономических факторов. В 2011 году началась реализация Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», и к 2014 году практически во всех регионах России сформировалась ярко выраженная тенденция устойчивого развития туризма. Всемирная туристская организация (ЮНВТО), Всемирный совет по туризму (WTTC) и Европейский союз связывают «устойчивый туризм» с текущими потребностями туристов и принимающих регионов. При этом «всеми ресурсами следует управлять таким образом, чтобы при удовлетворении экономических, социальных и эстетических потребностей сохранялась культурная целостность, важные экологические процессы, биологическое разнообразие и системы жизнеобеспечения. Устойчивые туристические продукты – продукты, которые существующие в гармонии с местной окружающей средой, обществом, культурой таким образом, что они приносят пользу развитию туризма, не вредят данной отрасли» [1]. В настоящее время нет единого и четкого понимания устойчивого социально-экономического развития [2, с. 127], но оно обязательно проявляется в трех аспектах: экономическом, социальном и экологическом. Это напрямую соответствует положению об устойчивом развитии туризма на конкретных территориях. Например, стратегия ЕС по устойчивому развитию туризма признает существование трех аспектов – экономического, социального и экологического, которые проявляются следующим образом:

1. Экономическое благополучие и процветание (для обеспечения долгосрочной конкурентоспособности, жизнеспособности и процветания туристических предприятий и дестинаций).

2. Социальное равенство и единство (повышение качества жизни местных сообществ посредством развития туризма и их вовлечения в планирование и управление туризмом).

3. Защита окружающей среды и культуры (минимизация загрязнения, ухудшения состояния окружающей среды и использование ограниченных ресурсов для организации туристической деятельности).

«В 2004 году ЮНВТО сформулировала концепцию устойчивого развития туризма, согласно которой «стандарты и практика управления устойчивым развитием туризма могут применяться ко всем видам туризма и ко всем типам дестинаций, включая массовый туризм и различные ниши туристических сегментов» [1]. Принципы устойчивого развития касаются охраны окружающей среды, экономических и социокультурных аспектов развития туризма. В последние годы туризм начал играть значительную роль в мировой экономике, и на него также повлияли такие изменения. Как заявил Президент РФ Владимир Владимирович Путин на одном из заседаний Президиума Государственного совета по развитию туризма от 06 сентября 2022 года что, «Активное развитие внутреннего туризма, особенно в сложных современных условиях, сейчас выходит если не на первый план, то на одно из самых заметных мест. Россия обладает здесь огромным потенциалом, и у каждого региона есть свои уникальные преимущества. Поэтому следует уделять внимание не только известным традиционным туристическим центрам, но и делать все возможное, чтобы помочь тем субъектам федерации, которые они как раз контролируют, и поднять туристическую индустрию на вершину». Известно, что эта отрасль содействует росту экономик регионов, увеличивает бюджетные доходы небольших городов с богатой историей, сельских районов. Экономическая активность, порожденная туризмом, обладает значительным мультипликативным эффектом: установлено прямое влияние туризма на развитие более 50 смежных отраслей. В результате, создаются новые рабочие места и перспективы для развития малых и средних предприятий.

Теперь кратко рассмотрим как развивается туризм в Москве (столице России).

Москва с ее знаменитыми туристическими достопримечательностями также может стать и становится центром устойчивого туризма. Ведь в мегаполисах есть уникальные культурные центры и уязвимые экосистемы. Возможности столицы все еще довольно разрозненны. Однако некоторые элементы будущей общей инфраструктуры уже просматриваются: при необходимости в городе могут быть проложены новые маршруты к местам с необычными достопримечательностями. СЕО проекта «Заблудшие» Юлия Максимович говорит, что за примерами развития устойчивого туризма в Москве далеко ходить не надо: крупные московские парки уже сегодня предлагают отдых, который полностью вписывается в концепцию устойчивости.

Развитие устойчивого туризма в Москве во многом зависит от усилий властей по созданию соответствующей инфраструктуры. Например, в Москве альтернативные виды транспорта для жителей и туристов – каршеринг, прокат велосипедов и электросамокатов – способствуют сохранению городской экологии. Поэтому важно, чтобы туристические достопримечательности были доступны для этих видов транспорта.

Далее рассмотрим Дальний Восток. Так, например, Дальний Восток России имеет весьма благоприятные факторы для развития туризма. Для одного субъекта – это вулканы и гейзеры, для другого – уникальные возможности спортивной рыбалки и охоты, для третьего – речные и морские пейзажи. За последние годы было открыто много новых туристических маршрутов. Так же туристический поток на территории Камчатки, Сахалина и Бурятии постоянно растет. В макрорегионе в целом традиционно наблюдается высокий спрос на круизные линии.

Теперь рассмотрим такой регион, как Республика Татарстан. Республику Татарстан отличает высокая компетентность региональных администраций туризма, которые активно применяют механизмы устойчивого развития, в частности, механизмы ГЧП. Республика Татарстан демонстрирует стабильную положительную динамику [3, с.346] по основным показателям развития туристического сектора. Прирост туристического потока составляет 14,8%. В 2014 году Татарстан посетили более 2 млн туристов, что на 17,2% больше, чем в 2012 году. Объем услуг, оказанных в сфере туризма, в 2015 году составил более 11 млрд рублей, с учетом смежных отраслей – 19 млрд рублей.

Татарстан уделяет особое внимание развитию туристических центров в регионе. С 2011 года правительство республики при поддержке Министерства культуры Российской Федерации [4] целенаправленно работает над возрождением древнего города Болгар и острова-града Свияжска и созданием в них новых туристических маршрутов. В настоящее время на средства государства и частного бизнеса восстановлены памятники истории и культуры, созданы новые выставочные помещения, а также современная инфраструктура – объекты размещения и общественного питания. Положительная динамика в сфере туризма в республике достигается благодаря продуманной политике государственных органов по улучшению инвестиционной среды в туризме, развитию и усовершенствованию туристической инфраструктуры.

Татарстан считается одним из наиболее развитых регионов в гостиничном секторе Поволжья и является лидером в федеральном округе по многим ключевым показателям, характеризующим состояние гостиничного рынка: объекты размещения пользуются большим спросом у клиентов, республика также опережает своих соседей по количеству отелей.

Более 75 % запаса гостиничных номеров приходится на город Казань. В столице республики положительными тенденциями в развитии гостиничного сектора являются не только увеличение количества гостиниц, но и увеличение в их составе гостиниц эконом-класса и хостелов, а также отелей известных мировых сетей – «Ибис», «Кортъярд Марриотт», «Парк Инн» и др. Транспортные услуги для туристов осуществляются в виде воздушного транспорта, железнодорожного и автомобильного транспорта, а также речного флота. Международный аэропорт Казань перевозит туристов регулярными и чартерными рейсами.

Экономические и социальные факторы играют важную роль в переходе к практической реализации устойчивого развития в туризме. Туризм должен развиваться таким образом, чтобы приносить пользу коренным народам, укреплять местную экономику и обеспечи-

вать рациональное использование природных, культурных и исторических ресурсов. Устойчивое развитие нельзя рассматривать отдельно от других секторов экономики. Функционирование туризма как сектора экономики должно осуществляться в рамках устойчивого развития региона и государства в целом.

### Список литературы

1. Всемирная туристская организация URL: <https://www.unwto.org/> (дата обращения 10.01.2023).
2. Максарова Е.М. Основные направления реализации принципов устойчивого развития в туризме // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. – № 85.
3. Бунаков О. А. Управление позиционированием и устойчивым развитием туризма в регионе: на примере Республики Татарстан: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00. – М., 2011. – 172 с.
4. Министерство культуры Российской Федерации. URL: <https://culture.gov.ru/> (дата обращения: 10.01.2023).

Milena Aleksandrovna Filatova,  
Student,  
Sergei Alexandrovich Grashin,  
PhD, Associate Professor,  
Volga State University of Service,  
Tolyatti, Russia

### TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF REGION

**Abstract.** The article discusses three aspects of sustainable tourism development, the concept of sustainable development. The analysis of factors of sustainable development of regions such as: Moscow, the Far East, Tatarstan is carried out. Tourism and infrastructure development trends are being considered in these regions.

**Keywords:** sustainable tourism development, tourism, tourist centers, sustainable tourism products, Moscow, Far East, Republic of Tatarstan

УДК 374.32

Альберт Азатович Халиуллин,  
заместитель директора по культурно-массовой работе,  
МБУ «Центр национальных культур»,  
Нижевартовск, Россия,  
Павел Петрович Терехов,  
доктор педагогических наук, профессор,  
Казанский государственный институт культуры,  
Казань, Россия

### СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ РАБОТА С МОЛОДЕЖЬЮ КАК РЕСУРС АКТИВИЗАЦИИ КУЛЬТУРНОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ

**Аннотация.** Статья посвящена проблеме организации социально-культурной работы с молодежью, выступающей существенным фактором активизации культурного потенциала территории. Обозначены ключевые противоречия, сложившиеся в данной сфере. Предложены перспективные способы организации социально-культурной работы с молодежью в регионе.

**Ключевые слова:** социально-культурная работа, культурный потенциал, ресурсы

Актуальность проблемы организации и активизации социально-культурной работы с молодежью обусловлена рядом следующих факторов. Во-первых, важность и значение социально-культурной работы с молодежью трудно переоценить в педагогическом аспекте, опре-

деляющем разностороннее культурное развитие личности молодого человека. Во-вторых, участие молодежи в социально-культурных мероприятиях содействует сохранению культурных традиций народа путем их интериоризации и дальнейшей популяризации в молодежной среде. В-третьих, эффективно организованная социально-культурная работа с молодежью является средством реализации социально-одобряемых форм досуга в спортивной, развлекательной, образовательной и других его областях. Как справедливо отмечают доктор филологических наук, профессор С.М. Оленев и его коллеги, актуальность совершенствования социально-культурной работы с молодежью не требует каких-либо доказательств, поскольку она является основой любой педагогической системы, фундаментом образования и образует основное содержание процесса социализации личности [3].

Сложность и недостаточность разработанность данной проблемы в контексте активизации культурного потенциала территории детерминируют проведение дополнительных исследований, посвященных изучению как теоретических, так и практических вопросов организации социально-культурной работы с молодежью.

Анализ научной литературы показал, что понятие социально-культурной работы практически не встречается в источниковедческой базе теории социально-культурной деятельности, а потому может быть признано не устоявшимся. Его применение в практической деятельности должно носить ограниченный характер, не переходящий пределы узкого круга специалистов в рассматриваемой отрасли. Более употребимым и популярным синонимом социально-культурной работы является понятие социально-культурной деятельности, востребованное широким кругом как ученых, так и практикующих специалистов.

Наиболее известным определением термина «социально-культурная деятельность» является трактовка, авторами которой являются Г.Г. Киселева и Ю.Д. Красильников, выделяющие три его основных значения: как вида общественной практики, интегрирующего ряд профессий, задействованных в социокультурной сфере, как отрасль научного знания об исторически сложившихся формах и способах культурно-досуговой работы, а также как учебная дисциплина, обеспечивающая освоения студентами компетенций в данной сфере [2].

Социально-культурная работа с молодежью имеет свои отличительные особенности, отличающие данный вид социально-культурной деятельности от других ее направлений.

Ключевыми среди этих особенностей являются приоритет духовно-нравственного и патриотического воспитания при работе с молодежью, организация этого процесса на трех взаимосвязанных уровнях (государственном, негосударственном и общественном), а также поддержка инициатив молодых людей, направленная на улучшение условий жизни в быстро меняющихся реалиях социума [1].

Необходимо отметить, что молодежь представляет собой одну из наиболее уязвимых социально-демографических категорий населения, которая острее всего сталкивается с проблемами необходимости освоения программ профессиональной подготовки, начала трудовой деятельности, создания семьи и т.д.

Социально-культурная работа с этой категорией населения важна, с точки зрения приобщения молодежи к ценностям культуры, формирования гражданско-патриотических чувств, совершенствования навыков совместного сосуществования в социуме, развития их креативных способностей.

Важность идеи активизации культурного потенциала территории отмечается в стратегии государственной культурной политики, рассчитанной на период до 2030 года, где она заявлена в качестве одной из целей. Как известно, основу культурного потенциала территории составляют материальные объекты (памятники истории, учреждения культуры и т. д.) и нематериальные (культурные традиции проживающих в регионе народов). В ходе исследования мы пришли к выводу о том, что активизация культурного потенциала региона посредством социально-культурной работы с молодежью с одной стороны, решает ряд педагогических задач, а с другой стороны, способствует сохранению национальных традиций народов, проживающих на территории.

В рамках муниципального бюджетного учреждения «Центр национальных культур» социально-культурная работа с молодежью осуществляется в различных формах, основной среди которых является клубная работа по таким направлениям искусства как занятия по вокалу и хореографии. На базе нашего учреждения осуществляют свою деятельность 23 национальных общественных организации города Нижневартовска, социально-культурная работа с молодежью которых способствует активизации культурного потенциала территории.

Представители данных организаций содействуют повышению культурного и духовного уровня многонациональной молодежи города, создают условия для взаимодействия культур народов, проживающих в Нижневартовске при сохранении их национальной самобытности и традиций, содействию развития толерантности и конвергентного отношения между людьми различных национальностей. Основная цель деятельности этих общественных организаций направлена на единение и взаимообогащение культур различных этносов посредством совместной реализации творческих проектов среди молодежи. Это ежегодно более семидесяти мероприятий, среди которых Дни национальных культур, национальные праздники и фестивали, встречи с деятелями культуры и искусства, общественными деятелями, конференции по развитию межнациональных связей и отношений, тематические концерты и литературные вечера.

Данные мероприятия способствуют активизации культурного потенциала территории, посредством приобщения молодежи разных народов к культурным ценностям, получившим наибольшее распространение в регионе, что дает возможность продвижения его привлекательности для туристов и инвесторов. Конечно, это работа не исчерпывает всех возможных направлений социально-культурного развития молодежи в регионе и потенциально может быть реализована и в других формах социально-культурной деятельности.

В качестве перспективных способов организации социально-культурной работы с молодежью в регионе могут рассматриваться психолого-педагогическое сопровождение неблагополучных молодых семей, грантовая и спонсорская поддержка молодежных инициатив, создание групп по интересам в социальных сетях.

Таким образом, можно сделать ряд следующих выводов:

- в современных условиях социально-культурная работа с молодежью может рассматриваться как важный ресурс активизации культурного потенциала территории;
- в теории социально-культурной деятельности понятие социально-культурной работы является не устоявшимся и его применение в ходе практической с молодежью должно использоваться с осторожностью;
- основными направлениями активизации социально-культурной работы с молодежью в аспекте активизации культурного потенциала территории в Центре национальных культур города Нижневартовска являются работа национальных общественных объединений, проведение дней национальных культур, организация конференции по развитию межнациональных связей и отношений и др.

### **Список литературы**

1. Гагач М.Г. Современные направления социально-культурной работы с молодежью // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2015. № 5(67). С. 150–154.
2. Киселева Г.Г., Красильников Ю.Д. Социально-культурная деятельность: учебник – М: МГУКИ, 2004. – 539 с.
3. Оленев С.М., Скворцов К.В., Чжан Ин. Современные задачи воспитания подростков и молодежи в социально-культурном контексте // Педагогический журнал Башкортостана. 2020. № 4–5(89–90). С. 116–126.

Albert Azatovich Khaliullin,  
Deputy Director for Cultural and Mass Work,  
Municipal Budgetary Institution "Center for National Cultures",  
Nizhnevartovsk, Russia,  
Pavel Petrovich Terekhov,  
Doctor of Pedagogy, Professor,  
Kazan State Institute of Culture,  
Kazan, Russia

## **SOCIAL AND CULTURAL WORK WITH YOUNG PEOPLE AS A RESOURCE FOR ENHANCING THE CULTURAL POTENTIAL OF THE TERRITORY**

**Abstract.** The article is devoted to the problem of organizing socio-cultural work with young people, which is a significant factor in activating the cultural potential of the territory. Key contradictions in this area are identified. Promising methods of organizing social and cultural work with young people in the region are proposed.

**Keywords:** social and cultural work, cultural potential, resources

**УДК 379**

Гулия Агзамтдиновна Хаматгалеева,  
к. п. н., доцент,  
Казанский кооперативный институт (филиал) «Российский университет кооперации»,  
Казань, Россия

## **АКТУАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОТРАСЛИ ТУРИЗМА**

**Аннотация.** Статья посвящена вопросам цифровизации в туристической отрасли, которая ускорит ряд бизнес-процессов и позволит реализовывать масштабные цели. Указывается, что использование различных инструментов внутренней и внешней цифровизации позволяет эффективно взаимодействовать между производителями и потребителями туристических услуг. Широкую популярность набирают собственные приложения туристских организаций, становясь источником конкурентных преимуществ. Активно развивается система блокчейн, которая позволяет туристам безопасно совершать прозрачные транзакции без участия банков. В заключение отмечается, что новые тенденции имеют широкий диапазон влияния и отличные перспективы развития, позволяющие отрасли туризма занять лидирующие позиции в экономике.

**Ключевые слова:** туризм, цифровизация, онлайн-продажи, тур, бронирование, сервисы, блокчейн, искусственный интеллект

На сегодняшний день туризм является одной из приоритетных отраслей в экономической системе, поскольку является эффективным механизмом развития субъектов страны, а также лидером среди других отраслей по уровню влияния на развитие экономики.

Несмотря на достаточно стремительное развитие туристической отрасли в нашей стране ее показатели в значительной степени отстают от европейских стран. Вместе с большим количеством типов и видов путешествий есть множество туристических услуг, обуславливаемых различными факторами (цели, средства, требования) [2].

В современном обществе отмечаются тенденции перехода процессов в туристической отрасли в цифровое пространство, которое без сомнений дает возможность ускорять ряд процессов и реализовывать масштабные цели. Выделяют цифровизацию внешнюю и внутреннюю. Внешняя цифровизация проявляется в переходе коммуникаций в цифровую среду – так, например, люди перестали обращаться к туроператорам, поскольку найти нужную информацию можно найти самостоятельно в интернете [1]. На сайтах оказывают помощь чат-боты и сотрудники в чате и главным моментом здесь является оперативность и результат решения клиентского запроса. В Европе сегодня традиционно к туроператорам обращается



лишь треть клиентов, остальные решают свои проблемы самостоятельно через онлайн-сервисы, и такая тенденция будет только развиваться.

Также продолжают расти онлайн-продажи, так, например, туристы стали приобретать билеты и отели по отдельности, формируя свое путешествие самостоятельно, а агентства стали продавать свои комплексные туры. Более того, продажей тура клиентам дело не заканчивается, современные цифровые технологии позволяют поддерживать клиента даже после его приобретения и получать обратную связь по предоставленному сервису по различным критериям.

Внутренняя цифровизация проявляется в развитии CRM-систем, специальных механизмов для постановки целей и планирования, которые позволяют повышать уровень конкурентоспособности туристического агентства. Данные инструменты позволяют автоматизировать процесс и высвободить время, которое можно провести с пользой – изучить новые технологии в сфере или освоить иные смежные специальности. Освоение новой специальности имеет решающее значение ввиду того, что туристы стали приобретать туры самостоятельно и сотрудникам туристических агентств приходится искать новые источники средств существования.

Тренд на самостоятельное приобретение туров будет продолжать набирать обороты. Сегодня туристы привыкли покупать билеты с помощью сервисов SkyScanner и Aviasales и бронировать номера в отелях на Booking.com, который трансформировал традиционный процесс бронирования отелей.

Сегодня похожие перспективы светят и другим туристическим операциям – оформление страховой карты, передвижения по стране, в которую куплен тур. Через специальные приложения можно не только самостоятельно оформить страховой полис в течение нескольких минут, но и получить необходимую консультационную помощь у специалистов и можно даже выбрать язык общения [2].

Передвижения в чужой стране осуществляются посредством использования различных приложений такси, а вот передвижения с аэропорта до отеля и в соседние города находятся на стадии зарождения. Здесь становятся популярными организации, оказывающие трансферные услуги для туристов. Также теперь широкую популярность получают переводчики и сервисы с информацией о достопримечательностях, благодаря которым у туристов в другой стране есть возможность совместить приятное с полезным. Эта тенденция дает возможность не обращаться к традиционным экскурсионным программам, а путешествовать самостоятельно и выбирать интересные достопримечательности и места для посещения [1].

Широкое распространение в туристической отрасли получает искусственный интеллект, который оказывает помощь при планировании путешествий. Результаты американских исследований показывают, что сегодня для 50% туристов совершенно не важно, кто оказывает помощь – живой туроператор или чат-бот на сайте. Ввиду того, что любой наш запрос оставляет след в интернете, формируя тем самым наши вкусовые предпочтения, повышается вероятность приобретения предложенного искусственным интеллектом тура или отеля. Искусственный интеллект развивают не только крупные холдинги, но и мелкие компании. Кроме того, широкую популярность набирают собственные приложения организаций, так, например, у некоторых отелей появились собственные приложения, которые дают возможность туристам бронировать номера и обустроить его исходя из собственных предпочтений.

Активно развивается система блокчейн в туристической сфере, которая позволяет туристам безопасно совершать прозрачные транзакции без участия банков. Благодаря блокчейну уменьшаются шансы непредвиденной блокировки банковских карт и возрастает возможность защитить свои данные двухфакторной аутентификацией. Это позволяет путешествовать дольше без необходимости постоянно думать о сохранности своих денег. Очевидно, что проведение транзакций посредством блокчейн не решают полностью проблем безопасности, но, во всяком случае, он предлагает удобную замену тому, что есть сегодня. Также применение блокчейна позволяет собирать и хранить информацию о приобретенных турах/билетах,

забронированных номерах в одном пространстве, что дает возможность применять эти данные в программе лояльности и помогают тем самым компаниям предугадывать предпочтения даже для самых придирчивых туристов.

Таким образом, сегодня сфера туризма находится в активной фазе трансформации – в ней отмечаются новые процессы, которых ранее не существовало. Новые тенденции имеют широкий диапазон влияния и отличные перспективы развития, позволяющие отрасли туризма занять лидирующие позиции в экономике.

Guliya Agzamtdinovna Khamatgaleeva

PhD, Assistant Professor

Kazan Cooperative Institute (branch) of the «Russian University of Cooperation»

Kazan, Russia

### **CURRENT INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE TOURISM INDUSTRY**

**Abstract.** The article is devoted to the issues of digitalization in the tourism industry, which will accelerate a number of business processes and allow the implementation of ambitious goals. It is indicated that the use of various tools for internal and external digitalization is a new form of communication interaction between producers and consumers of tourism services. Tourism organizations' own applications are gaining wide popularity, becoming a source of competitive advantages. The block chain system is actively developing, which allows tourists to safely make transparent transactions without the participation of banks. In conclusion, it is noted that new trends have a wide range of influence and excellent development prospects, allowing the tourism industry to take a leading position in the economy.

**Keywords:** tourism, digitalization, online sales, tour, booking, services, blockchain, artificial intelligence

**УДК 796.5**

Юлия Владимировна Шамсутдинова,

студент,

Казань, Россия,

Евгения Анатольевна Петрова,

к. э. н., доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова

### **АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН. ПЕРСПЕКТИВЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ**

**Аннотация.** В данной работе рассмотрены текущее состояние, перспективы и направления развития туристической отрасли в Республике Татарстан. Приведен детальный анализ прогнозных показателей роста количества внутренних и въездных туристских поездок в Республику Татарстан, а также рассмотрены запросы жителей Республики Татарстан на тему туризма в поисковой системе «Яндекс».

**Ключевые слова:** туризм, развитие туристической отрасли, туризм в Татарстане.

В наше время многие страны ориентированы на туризм как на один из самых значимых факторов социально-экономического развития. Туризм способствует притоку денег в экономику и на счета компаний, относящихся к туристической отрасли, что впоследствии также оказывает влияние на экономический рост страны в целом. Кроме того, развитие сферы туризма способствует возникновению большого количества рабочих мест, влияет на занятость населения и его уровень жизни, а также на эмоциональное состояние и благополучие людей, что сейчас является очень важным.

Для того, чтобы туристическая отрасль эффективнее развивалась, необходимо наблюдать за трендами и факторами влияния на эту сферу, а также на уже возникшие закономерности и статистику в сфере туризма. А значит, что исследование туристического рынка страны является актуальным.

С целью выявления направлений развития туристической отрасли и ее особенностей в Республике Татарстан, обратимся к данным официального сайта Государственного комитета Республики Татарстан по туризму.

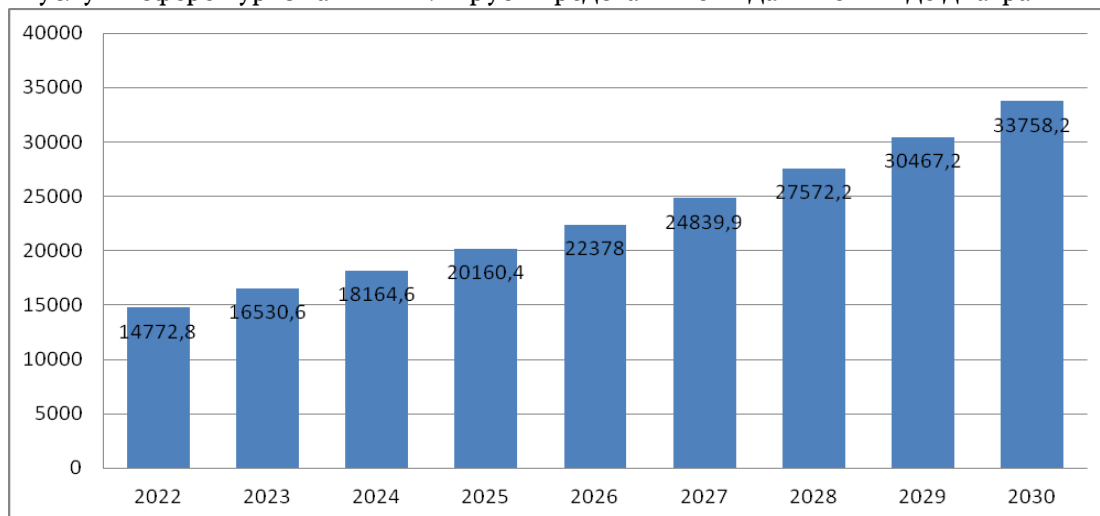
Из отчета об итогах работы Госкомитета РТ по туризму за 2021 год мы видим, что реализуются, в том числе, программу отдыха выходного дня, поскольку они становятся все более популярными среди населения – жителей и гостей Республики Татарстан. Подтверждению этому становится программа, разработанная Госкомитетом, муниципалитетами республики и туроператорами – «1001 удовольствие за выходные». Она сформирована из множества направлений, предполагающих двухдневный отдых на различных территориях РТ [1].

Также мы ознакомились с программой цифровой трансформации Госкомитета Республики Татарстан по туризму. В паспорте программы указано, что она нацелена на повышение конкурентоспособности туристической сферы РТ на российском и международном туристских рынках, что планируется достигнуть через эффективное использование инфраструктуры. Для этого была обозначена одна из задач рассматриваемой программы: повышение и развитие ИТ-инфраструктуры туристического комплекса [2].

Отсюда мы можем сделать вывод о том, что информатизация туристической отрасли также является новым трендом, наблюдается стремление перенести многие возможные в этом секторе операции в онлайн.

Кроме того, на официальном сайте Госкомитета РТ по туризму в разделе актуальной информации, касающейся утвержденных планов и программ, размещен документ, описывающий стратегию развития туризма в Республике Татарстан на период 2021–2030 годов [3].

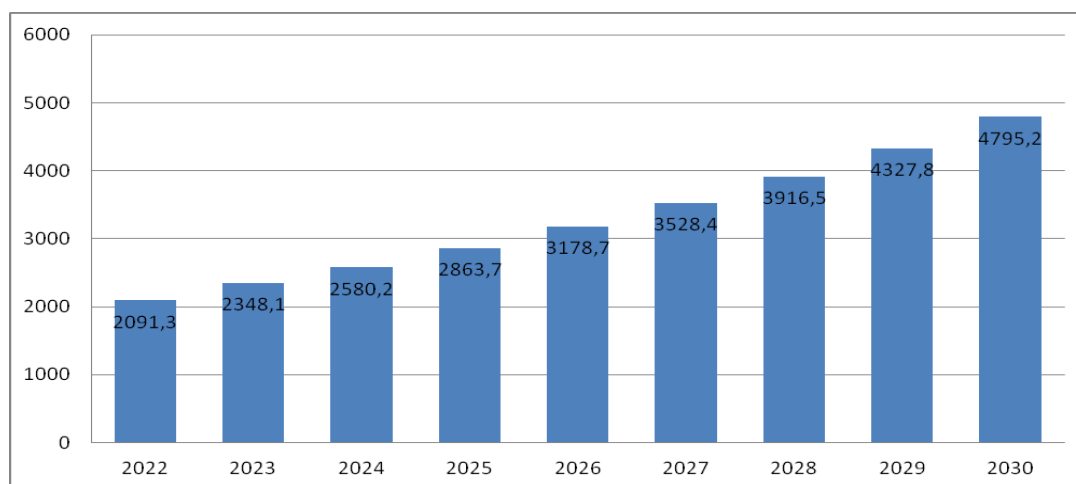
Помимо целей и задач, к которым относятся: увеличение доступности туристических услуг, создание и развитие современной туристской инфраструктуры, стимулирование спроса на продвижение туристского продукта и др., в ней также раскрыт предполагаемый рост объема платных услуг в сфере туризма РТ в млн руб. Представим эти данные в виде диаграммы (рис 1).



**Рис. 1. Прогнозные показатели роста объема платных услуг в сфере туризма в Республике Татарстан, млн. руб.**

Из полученных данных мы видим, что существует тенденция плановых показателей роста объема платных туристических услуг. При этом через три года, в 2025 году, такой прогнозный показатель составит 18 164,6 млн руб., что на 5 378,6 млн руб. или на 34 % больше показателей 2022 года. В то же время показатель 2030 года, составляющий 33 758,2 млн руб. превышает показатель объема платных туристических услуг 2022 года более чем в 2 раза. Это значит, что за 8 лет рост объема предоставляемых платных услуг в сфере туризма на территории Республики Татарстан увеличится в 2 раза и все время будет непрерывно расти.

Показатели по предполагаемому росту общего количества туристских поездок также показывают тенденцию к значительному росту. Так к 2030 году общее число туристских поездок в Республику Татарстан увеличится более чем в два раза и составит 4 795,2 тыс. человек (рис. 2).



**Рис. 2. Прогнозные показатели роста количества внутренних и въездных туристских поездок в Республику Татарстан, тыс. человек**

Все рассмотренные ранее в данной работе данные говорят о том, что на территории РТ в ближайшие годы будет происходить развитие туристической сферы. Для поддержки данной значимой для экономики региона и страны в целом созданы различные поддерживающие программы и планы. Они отражают как уже имеющиеся показатели, характеризующие текущее состояние туристической отрасли в Республике Татарстан в целом, так и прогнозы.

Для того чтобы подтвердить, что спрос на туристические услуги на территории РТ будет расти, обратимся к сервису Яндекс Wordstat [4] и рассмотрим наиболее популярные запросы жителей и гостей Республики Татарстан согласно уже определенным трендам (табл. 1)

Таблица 1

**Запросы жителей Республики Татарстан на тему туризма в поисковой системе «Яндекс»**

Город	Количество запросов	Популярность
<b>«Туры»</b>		
Казань	78 999	133%
Набережные Челны	16 738	92%
Нижнекамск	6 568	91%
Зеленодольск	4 245	148%
Альметьевск	3 874	78%
<b>«Тур выходного дня»</b>		
Казань	1043	126%
Набережные Челны	410	162%
Нижнекамск	112	111%
Зеленодольск	53	133%
Альметьевск	62	89%
<b>«Тур на выходные»</b>		
Казань	1169	125%
Набережные Челны	429	151%
Нижнекамск	117	104%
Зеленодольск	55	122%
Альметьевск	65	83%

Проанализировав таблицу, мы видим, что большей популярностью во всех городах пользуется запрос «Туры», далее по популярности следует запрос «Тур на выходные», затем – «Тур выходного дня». При этом отметим, что значительное число от общей массы запросов выполнено на территории г. Казань. Это может быть связано как с численностью населения

Казани, превышающей численность населения таких городов как Набережные Челны, Нижнекамск, Зеленодольск и Альметьевск, так и с популярностью запросов в конкретном регионе. В третьем столбце мы видим показатель популярности. Для того, чтобы расшифровать данный показатель, объяснимся к его пояснению на сайте «Яндекс» Wordstat:

«Популярность слова/словосочетания, равная 100 %, означает, что данное слово в данном регионе ничем не выделено. Если популярность более 100 %, это означает, что в данном регионе существует повышенный интерес к этому слову» [4].

Из этого следует, что жители Казани и Зеленодольска в целом интересуются турами, в отличие от жителей Набережных Челнов, Нижнекамска и Альметьевска. В то же время к турам выходного дня наблюдается повышенный интерес во всех рассматриваемых городах кроме Альметьевска.

Далее обратимся к поисковым запросам жителей России на тему туризма в РТ, для того, чтобы определить популярность въездного туризма на территории республики.

Таблица 2

**Запросы жителей Российской Федерации на тему туризма в Республике Татарстан в поисковой системе «Яндекс»**

<b>Формулировка запросов</b>	<b>Количество запросов</b>
«Туры в Татарстан»	655
«Республика Татарстан тур»	224
«Тур Татарстана 2022»	236
«Тур выходного дня в Татарстане»	207

Из полученных данных мы видим, что за последний месяц туры в Татарстан на территории России искали 655 раз, запрос «Республика Татарстан тур» вводили 224 раза, что практически втрое меньше. Далее следуют запросы «Тур Татарстана 2022» и «Тур выходного дня в Татарстане» с количеством 236 и 207 поисковых запросов соответственно. Это значит, что такое количество потенциальных туристов или семей рассматривают Республику Татарстан в качестве региона, который хотят посетить.

Подводя итог, стоит сделать вывод о том, что туризм в Татарстане в ближайшие несколько лет будет активно развиваться. Уже сейчас туристическая отрасль находится под пристальным вниманием властей региона как одна из важнейших для экономики отраслей. В эту сферу активно инвестируют, разрабатывают различные программы поддержки для компаний туристического кластера. Кроме того, тенденция к росту туристической сферы подтверждается постоянно возрастающим спросом на туристические услуги в РТ. Вместе с тем, ярко прослеживаются набирающие популярность тенденции в отрасли туризма: цифровизация и направленность на реализацию туров выходного дня и размещения туристов на выходные. Именно такие особенности в ближайшее время способны стать определяющими и влиять на дальнейшее развитие туристического кластера.

**Список литературы**

1. Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму за 2021 год. – URL: [https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm?pub\\_id=3108929](https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm?pub_id=3108929) (дата обращения: 14.11.22).
2. Программа цифровой трансформации Госкомитета Республики Татарстан по туризму. – URL: <https://tourism.tatarstan.ru/programma-tsifrovoy-transformatsii-goskomiteta.htm> (дата обращения: 14.11.22).
3. Стратегия развития туризма в Республике Татарстан на период 2021-2030 годов. – URL: <https://tourism.tatarstan.ru/aktualnaya-informatsiya-4284589.htm> (дата обращения: 14.11.22).
4. Яндекс Wordstat. – URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 14.11.22).

Yulia Vladimirovna Shamsutdinova,  
Student,  
Kazan, Russia,  
Evgeniya Anatolyevna Petrova,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## ANALYSIS OF THE TOURISM INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN. PROSPECTS AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT

**Abstract.** The paper discusses the current state, prospects and directions of the tourism industry development in the Republic of Tatarstan. A detailed analysis of the forecast indicators of the number of domestic and inbound tourist trips to the Republic of Tatarstan growth is given. The requests of residents of the Republic of Tatarstan on the topic of tourism in the search engine Yandex are considered.

**Keywords:** tourism, tourism industry development, tourism in Tatarstan

УДК 338.48

Максим Валерьевич Шумилкин,  
студент,  
Фадбир Магусович Сафин,  
д-р экон. наук, профессор,  
Казанский государственный институт культуры,  
Казань, Россия

## ИССЛЕДОВАНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕТЮШСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются особенности туристско-рекреационного потенциала территории Тетюшского района республики Татарстан, дается оценка его транспортно-географическим, климатическим и социально-экономическим аспектам для развития туризма в регионе, уделяется внимание проблемам, препятствующим эффективному развитию и продвижению туристического бизнеса на данной территории, выявлены преимущества региона.

**Ключевые слова:** туристско-рекреационный потенциал, исследование туристско-рекреационного потенциала территории, Тетюшский район, рекреационный потенциал дестинации

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что на сегодняшний день туристско-рекреационный потенциал территории рассматривается как важный и неотъемлемый компонент развития региона. Важность туристско-рекреационного потенциала территории для экономического роста состоит в уникальности его природных, рекреационных, культурно-исторических и других ресурсов, способствующих удовлетворению разнообразных потребностей потребителей туристских услуг. Результатом активного использования туристско-рекреационного потенциала территории происходит перманентное обновление и качественное изменение в отраслевой структуре региональной экономики, путем ее внутренней модификации и реструктуризации сопряженных отраслей туристической индустрии, определяющей повышения уровня жизни населения региона.

В то же время эффективное использование туристско-рекреационного потенциала региона в наши дни сопряжено с рядом противоречий инвестиционного, маркетингового, кадрового и другого характера.

Как отмечает А. Р. Гарифуллина, «Для эффективного функционирования любой системы, в том числе и сферы туристско-рекреационных услуг, необходимо наличие ресурсного потенциала и грамотное управление, имеющимися ресурсами, что приведет к их плодотворной эксплуатации» [1].

Таким образом, обнаруживается объективная необходимость дальнейшего исследования туристско-рекреационного потенциала территории с целью разрешения вышеобозначенных противоречий.

Анализ научной литературы показал, что на сегодняшний день понятие туристско-рекреационного потенциала является неустоявшимся в теории туризма, что обуславливает вариативность его толкования различными исследователями.

Понятие туристско-рекреационного потенциала включает в себе совокупность всех природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации туристической деятельности на определенной территории [2].

В широком смысле туристско-рекреационный потенциал региона рассматривается, с одной стороны, как совокупность сил и средств региона, участвующих в производстве регионального продукта, с другой – как совокупность сил и средств региона, участвующих в потреблении регионального продукта. Под ним также следует понимать совокупность взаимосвязанных имеющихся природных, производственных, трудовых, финансовых, инвестиционных, инновационных, инфраструктурных и информационных ресурсов, использование которых обеспечивает получение экономического эффекта [5].

Еще одна точка зрения на туристско-рекреационный потенциал позволяет представить его как совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории [4].

Часто под рекреационным потенциалом понимается наличие на территории определенных уникальных или, по крайней мере, интересных не только для местных жителей объектов [3].

Таким образом, можно говорить о том, что в современной научной литературе туристско-рекреационный потенциал территории преимущественно представлен как совокупность природных и социокультурных ресурсов того или иного региона, способствующая производству и потреблению туристического продукта.

Также в изученных источниках предлагаются различные варианты дифференциации структуры туристско-рекреационного потенциала территории, который может включать в себя как природно-климатические, так и социально-экономические элементы. Реализация этих элементов способствует повышению инвестиционной привлекательности региона со стороны потенциальных инвесторов, улучшению качества предоставляемых туристических услуг путем осуществления основных функций туристско-рекреационного потенциала.

Рассматривая рекреационную функцию, необходимо отметить, что туристско-рекреационный потенциал может быть направлен на восстановление физических и психических сил туристов, способствуя уменьшению уровня эмоционального напряжения, повышению их работоспособности т. д.

Воспитательная функция туристско-рекреационного потенциала территории предполагает создание особой воспитательной среды, формирующей ценностные и мировоззренческие установки потребителей туристического продукта.

В ряду этих функций особое место занимает экономическая функция, способствующая повышению уровня жизни населения конкретного региона в результате привлечения и освоения туристической выгоды.

Приближаясь к основной тематике нашего исследования, необходимо отметить, что многие регионы нашей страны обладают значительным туристско-рекреационным потенциалом, максимально эффективная реализация которого предстоит только в ближайшем будущем. Одним из таких регионов в республике Татарстан является Тетюшский район.

Его туристско-рекреационный потенциал можно представить в следующих аспектах: транспортно-географическом, климатическом, социально-экономическом. Транспортно-географический потенциал Тетюшского района обусловлен удобным для построения туристических маршрутов расположением территории, доступной как для водного, так и для наземного транспорта. Кроме того, комфортные климатические условия Тетюшского района обеспечивают возможность круглогодичного предоставления туристических услуг. Не менее

важными для организации туристической деятельности являются социально-экономические условия региона, поскольку туристическая инфраструктура района имеет тенденцию к развитию, обеспечивая большой приток потребителей туристических услуг.

С целью изучения мнения местных жителей Тетюшского района и потенциальных потребителей предоставляемых в данном регионе туристических услуг было проведено небольшое социологическое исследование, в котором приняло участие 64 респондента.

Первый этап опроса состоялся в г. Тетюши и способствовал определению отношения его населения к проблеме туристско-рекреационного потенциала территории. На первый вопрос диагностической методики о том, как вы оцениваете туристско-рекреационный потенциал региона, было получено 67% положительных отзывов. При этом 30 % опрошиваемых воздержались от ответа, а 3 % (1 чел.) высказались отрицательно по данному вопросу. Далее, изучая осведомленность местного населения относительно туристических объектов в регионе, было выявлено, что большая часть населения не обладает достаточными сведениями о них. Следующий вопрос анкеты позволил выявить предположительную оценку тетюшан посещаемости туристических объектов в районе. Так, 43 % респондентов считают достаточным количество туристов, посещающих регион, что свидетельствует о необходимости дополнительного привлечения потенциальных потребителей туристических услуг. Далее, в качестве ключевых проблем, препятствующих эффективной реализации туристско-рекреационного потенциала Тетюшского района были названы недостаточное количество средств размещения, отсутствие развлекательных программ, а также невозможность предоставления высококачественных услуг в сфере питания. Наконец, на последний вопрос анкеты о том, порекомендовали бы вы воспользоваться туристическим маршрутом по Тетюшскому району, подавляющее большинство опрошиваемых (92%) ответили утвердительно.

В ходе второго этапа опроса изучалось мнение жителей г. Казани о туристско-рекреационном потенциале Тетюшского района. Было выявлено, что более половины из них регулярно путешествуют по республике Татарстан. При этом только 22 % из них оказались осведомлены о туристических маршрутах по Тетюшскому району. На вопрос о том, что может представлять интерес в региональных турах, большинство опрошиваемых назвали следующие варианты: исторические объекты, культурные мероприятия и доступное территориальное расположение. Далее, главными проблемами, препятствующими организации путешествий в регионы республики Татарстан, по мнению жителей Казани, являются недостаточная развитость туристической инфраструктуры и сравнительно низкое качество предоставляемых услуг. Наконец, на последний вопрос анкеты о том, хотели бы вы посетить Тетюши в ближайшее время, лишь 34 % респондентов ответили положительно.

Таким образом, как тетюшане, так и жители Казани, оказались едиными в том мнении, что имеется потенциал для дальнейшего повышения качества предоставляемых туристических услуг в Тетюшском районе республики Татарстан. Кроме того, в ответах респондентов прослеживаются перспективы развития туристской инфраструктуры в изучаемом регионе.

Таким образом, можно сделать ряд следующих выводов:

- туристско-рекреационный потенциал территории представляет собой интегральную характеристику возможностей организации туристической деятельности в конкретной дестинации, поэтому его изучение является первоосновой при построении эффективного туристического бизнеса;

- в современной научной литературе представлен ряд определений понятия «туристско-рекреационный потенциал», а также несколько его классификаций, позволяющих по-разному рассмотреть подойти к видению его сущностных характеристик;

- проведенное исследование туристско-рекреационного потенциала Тетюшского района РТ позволило выявить ряд проблем, препятствующих эффективному развитию и продвижению туристического бизнеса на данной территории, а также обозначить отмеченные респондентами преимущества региона.



## Список литературы

1. Гарифуллина А.Р. Структурные элементы ресурсного потенциала сферы туристско-рекреационных услуг // Историко-культурное наследие Поволжья и Приуралья как потенциал развития туристско-рекреационной сферы региона: материалы Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) / под науч. ред. Р.Р. Юсупова, Р.М. Валеева. – 2012. – С. 119–123.
2. Кривошеев И.А., Панков С.В. Особенности развития туристско-рекреационного потенциала Тамбовской области // Природа и общество: в поисках гармонии. – 2020. – № 6. – С. 69–77.
3. Пыжова О.А. Оценка культурно-исторических ресурсов как важнейшей составляющей туристско-рекреационного потенциала Псковской области // Псковский регионалогический журнал. – 2009. – № 8. – С. 75–83.
4. Севастьянов Д.В. Основы страноведения и международного туризма: учеб. пособие для вузов. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 256 с.
5. Хлебников С.С. Состав и структура потенциала туристско-рекреационной территории // Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм. – 2013. – № 1. – С. 266–269.

Maxim Valerievich Shumilkin,  
Student,  
Fadbir Magusovich Safin,  
Doctor of Economics, Professor,  
Kazan State Institute of Culture,  
Kazan, Russia,

### STUDY OF TOURIST AND RECREATIONAL POTENTIAL OF THE TERRITORY (ON THE EXAMPLE OF TETYUSHSKY DISTRICT OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN)

**Abstract.** This article considers the peculiarities of the tourist and recreational potential of the territory of the Tetyushsky district of the Republic of Tatarstan, gives an assessment of its transport, geographical, climatic and socio-economic aspects for the development of tourism in the region, pays attention to problems that impede the effective development and promotion of tourism business in this territory, the advantages of the region are identified.

**Keywords:** tourist and recreational potential, study of tourist and recreational potential of the territory, Tetyushsky district, recreational potential of destination

УДК 338.48:616.9

Гульнара Ринатовна Юсупова,  
к. э. н., доцент,  
Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

**Аннотация.** Развитие туристической отрасли в Республике Татарстан в период пандемии коронавируса характеризуется снижением числа туристов и уменьшением числа отелей и коллективных средств размещения. Данные статистики 2021 года по посещаемости республики туристами свидетельствуют об оживлении рынка, повышении спроса на туристические поездки.

**Ключевые слова:** туризм, рынок туристических услуг, пандемия, статистика, спрос

Туристическая деятельность Татарстана является одной из самых развитых сфер в регионе. В 2021 году столица Татарстана г. Казань вошла в топ-3 самых популярных для отдыха городов России [1]. Несмотря на пандемию коронавируса, антиковидные меры принятые по всему миру, Татарстан выбивается в туристические лидеры уже несколько лет подряд.

Татарстан славится своей природой: множеством озер и мест с необычной историей, традициями, кулинарией, многонациональностью, сочетанием разных религий в одном месте [2].

Татарстан готов к приему туристов с разными интересами и разной платежеспособностью. В столице Татарстана насчитывается около 70 отелей категории 3–5 звезд и 50 хостелов и апартаментов. Также в республике существуют сервисы по сдаче комнат и квартир посуточно.

Рассмотрим статистические показатели посещаемости республики туристами за последние 6 лет (табл. 1).

Таблица 1

**Показатели посещаемости туристами Республики Татарстан за 2016–2021 г. [3]**

Период	Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, тыс. человек	Объем реализации туристских, санаторно-оздоровительных и гостиничных услуг, млн руб.
2016 г.	1 861,2	11 696,3
2017 г.	2 096,0	13 566,5
2018 г.	2 258,1	14 252,7
2019 г.	2 335,0	13 896,2
2020 г.	1 449,4	9 860,5
2021 г.	2 092,5	14 781,5

*Источник:* Государственный комитет Республики Татарстан по Туризму. Ежеквартальный отчет [Электронный ресурс]. – URL: <https://open.tatarstan.ru/reports/categories/12276283/reports/29399>

Данные Государственного комитета Республики Татарстан по туризму свидетельствуют о неуклонном интересе туристов и отдыхающих граждан к Республике Татарстан на всем протяжении последних шести лет. Так за период с 2016 по 2019 год число лиц, размещенных в коллективных средствах размещения выросло с 1861 до 2335 тыс. чел., что составило 21 % прироста отдыхающих. Конечно, ситуация распространения пандемии коронавируса, закрытие границ между большим числом стран привела к частичному снижению потока туристов в республику в 2020 году (1 449, 9 тыс. чел.), но говорить о потере интереса туристов к Республике не приходится. Данные посещаемости туристами Республики Татарстан за 2021 год демонстрируют рост показателей до уровня 2017 года, что говорит об оживлении на рынке туристических услуг и устойчивом интересе к Республике среди туристов (табл. 2).

Таблица 2

**Показатели посещаемости туристами Республики Татарстан за 2021 г.**

Период	Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, тыс. человек	Объем реализации туристских, санаторно-оздоровительных и гостиничных услуг, млн руб.
Январь-март 2021 г.	438,3	2 952,4
Январь-июнь 2021 г.	985,5	6 146,7
январь-сентябрь 2021 г.	1 611,3	10 442,5

*Источник:* Государственный комитет Республики Татарстан по Туризму. Ежеквартальный отчет [Электронный ресурс] – URL: <https://open.tatarstan.ru/reports/categories/12276283/reports/29399>

Показатели посещаемости туристами Республики Татарстан в 2021 году свидетельствуют о том, что основной приток туристов в республику приходится на летний период (табл. 2). Так с января по июнь республику посетили 985, 5 тыс., а к сентябрю месяцу уже 1611, 3 тыс. чел., таким образом за летний период посещаемость республики составила до 625, 8 тыс. чел, что в 1,5 раза больше, чем за январь – март. Это скорее всего связано со стабилизацией ситуации с коронавирусной инфекцией и сезонным спросом на туристические услуги.



**Рис. 1 Количество отелей в Республике Татарстан за 2017-2020 г.**

*Источник:* Государственный комитет Республики Татарстан по Туризму. Ежеквартальный отчет [Электронный ресурс] – URL: <https://open.tatarstan.ru/reports/categories/12276283/reports/29399>

Динамика числа отелей в республике за последние 5 лет свидетельствует об увеличении количества отелей к 2018 году до показателя 612 отелей и снижении их числа в ковидный период до показателя 419 отелей. Спрос на размещение в отелях с 2019 упал из-за низкого спроса на путешествия и командировки. В данной ситуации некоторые отели не справились с проявлениями пандемии коронавируса и были вынуждены закрыться [1].

Правительство России предполагает, что пандемия коронавируса завершится к 2024 году. К этому времени ситуация с туризмом полностью восстановится и начнет расти спрос на туристические отели.

### Список литературы

1. Казань вошла в топ-3 самых популярных для отдыха городов Татар-информ (21 сентября 2021 года). URL: –<https://www.tatar-inform.ru/news/kazan-vosla-v-top-3-samyx-populyarnyx-dlya-otdyxa-gorodov-5880570> (дата обращения: 27.09.2022).
2. Чернышева Т. Н. Природно-географические ресурсы Закамья Республики Татарстан как фактор развития туризма // Развитие туристической инфраструктуры в субъектах Российской Федерации: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции в рамках реализации проекта, Чистополь, 15 ноября 2019 года. – Чистополь: Издательство «Познание», 2019. – С. 136–142.
3. Государственный комитет Республики Татарстан по Туризму. Ежеквартальный отчет [Электронный ресурс]. – URL: <https://open.tatarstan.ru/reports/categories/12276283/reports/29399> (дата обращения: 27.09.2022).
4. Валеева, Р. Р. Влияние пандемии коронавируса COVID-19 / Р. Р. Валеева, А. Р. Сушкова, В.Л. Васильев // Актуальные вопросы гуманитарных и общественных наук: сборник научных трудов, приуроченный к году науки и технологий. – Нальчик: Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова, 2021. – С. 214–220.
5. Шафранская, Ч.Я. Экономическая поддержка бизнеса в России в период пандемии коронавирусной инфекции / Ч.Я. Шафранская, Г.А. Абулханова, А.Р. Халиуллин // Актуальные вопросы гуманитарных и общественных наук: Сборник научных трудов, приуроченный

к году науки и технологий. – Нальчик: Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова, 2021. – С. 260–263.

6. Хусаинов, А.А. Пандемия коронавируса как фактор развития экономической стабильности России / А.А. Хусаинов, Ч.Я. Шафранская // Научные исследования: фундаментальные и прикладные аспекты – 2021: сборник научных трудов, Набережные Челны. – Казань: Издательство «Познание», 2021. – С. 260–262.

7. Уварова М.В. К вопросу о формировании комфортной туристской среды, как ключевого аспекта стратегии развития Республики Татарстан // Научные исследования: фундаментальные и прикладные аспекты – 2018: сборник научных трудов. – Казань: Издательство «Познание», 2018. – С. 193–199.

8. Уварова М.В. Виртуальная и дополненная реальность как инструмент создания привлекательного турпродукта в малых городах России // Развитие туристической инфраструктуры в субъектах Российской Федерации: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции в рамках реализации проекта, Чистополь, 15 ноября 2019 года. – Чистополь: Издательство «Познание», 2019. – С. 124–128.

Gulnara Rinatovna Yusupova,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

#### **TOURISM ACTIVITY IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN DURING THE CORONAVIRUS PANDEMIC**

**Abstract.** The development of the tourism industry in the Republic of Tatarstan during the coronavirus pandemic is characterized by a decrease in the number of tourists and a decrease in the number of hotels and collective accommodation facilities. The statistics of 2021 on the republic's tourist traffic indicate a revival of the market, an increase in demand for tourist trips.

**Keywords:** tourism, tourism services market, pandemic, statistics, demand

## Раздел II

# АРХИТЕКТУРА, ДИЗАЙН И ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ТВОРЧЕСТВО КАК ИНСТРУМЕНТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 94 (470)

Дельфина Фаридовна Акчурина  
старший преподаватель  
Казанский инновационный университет имени В.Г.Тимирязова  
Казань, Россия

### О КУЛЬТУРНОМ ВОЗРОЖДЕНИИ В МУСУЛЬМАНСКОЙ СРЕДЕ РОССИИ В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX ВЕКА

**Аннотация.** Статья посвящена становлению культуры татар Российской Империи на рубеже 19-20 вв., влиянию на этот процесс других тюркских народов; роли в этих прогрессивных переменах интеллигенции, предпринимательства и студенчества. Данная тема все еще остается недостаточно изученной.

**Ключевые слова:** общество, культура, прогресс, образование, национальное возрождение татарского народа

*«Все Ваши мысли; все брошенные Вами семена, быть может, уже забытые Вами, воплотятся и вырастут. Получивший от Вас передаст другому, и почем Вы знаете, какое участие будете иметь в будущем разрешении судеб человечества».*

Сара Шакулова

Вопреки строгому менталитету исламского патриархального общества, исключаящего из сферы допустимого и приличного многие виды деятельности из сферы науки и культуры, – в татарском обществе конца 19 века нашлись прогрессивные силы, которые послужили революционному развитию культуры своего народа. Купцы и промышленники, по необходимости много путешествовали – и по стране, и за ее пределами, посещали страны Востока и Запада; многие из них имели свои представительства в европейских столицах: Берлине, Лондоне, и других городах. В деловых поездках они знакомились не только с торговой сферой, но и с инженерно-техническими новшествами, а так же с культурой страны пребывания, новыми веяниями. Меценаты края создавали библиотеки, содержали учебные заведения, выпускали книги и периодические издания на татарском, арабском, русском языках. О том, как велика была в народе жажда просвещения, серьезного осмысления своего пути, можно судить хотя бы по тому, как быстро расходились тиражи книг, какой интенсивной была публицистическая деятельность в Казанской губернии. Самым первым печатным органом тюркских народов Российской империи стала газета «Терджиман» Исмаила Гаспринского. Она издавалась в Бахчисарае, с 1883 по 1918 г. Однако попытки добиться разрешения издания других татарских газет, не прекращавшиеся с последней трети 19 в., оставались безуспешны. К обширной периодике на русском языке присоединились татарские календари, издаваемые Каюмом Насыри. Первые татарские газеты «Иттифак» (1902–1905), «Хоррият» (1905), не имели легального статуса. Первая легальная татарская газета «Нур» вышла 2 сентября 1905 г. в С.-Петербурге. Следом вышли «Казан мохбире», «Йолдыз», «Азат», «Вақыт», и др. До 1917 г. издавались 62 татарских газеты в Оренбурге, Астрахани, Уфе, Ташкенте, Москве, и др. городах Российской Империи.

Активным фактором прогресса и культуры стала молодежь, студенты медресе и реальных училищ Поволжья, Башкирии, др. регионов. Некоторые из промышленников и купцов сами не чужды были творчеству.

Средоточием и центром становления многих деятелей татарской культуры в Казани стал «Восточный клуб», объединивший лучших представителей татарской и башкирской интеллигенции, студенчества и капитала. Так талантливые самородки из разных слоев мусульманского общества сделали профессиональную артистическую деятельность достоянием татарского народа, областью яркого проявления его национального гения.

Конечно, прогрессивные процессы шли болезненно и медленно: в ортодоксальном обществе цвели косные настроения, не позволявшие татарским детям обучаться в светских учебных заведениях, получать художественное образование. Простой пример: в 1895 г. в столице Казанского края открылась Казанская Художественная Школа, третья по значимости в Империи; открыта для всех полов, сословий, национальностей, что отражено в ее уставе. Однако татары начали поступать в КХШ только после революции, когда были упразднены религиозные запреты на рисование. Так, в 1913 г. шестнадцатилетний Баки Урманче, желавший поступить в Казанскую художественную школу, вынужден был отложить поступление на несколько лет, и завершить учебу в медресе «Мухаммадия» (1907-1914 годы). И только в 1919 г. он осуществляет свое желание, став студентом сначала КХШ, а затем ВХУТЕМАСа, где окончил два факультета – скульптурный и живописный.

Еще одним катализатором культурных процессов была вера, философские и культурологические поиски прогрессивных мыслителей ислама – джадидистов, которые боролись за внедрение светских дисциплин в программу медресе, за права женщин, за новую литературу и профессиональную сценическую деятельность и тому подобные новшества. Одним из источников впечатлений о большой жизни, жизни за пределами малой родины, было теологическое общение между восточными и российскими теологами, изучение трудов известных богословов, паломничество к святым местам стран Востока. Однако именно в среде учителей веры коренилась самая непримиримая, глухая оппозиция прогрессу. Многие выходцы из духовных семей испытали этот пресс: Гаяз Исхаки, вернувшийся в Казань для поступления в Университет, был принужден родительской властью изменить намерение учиться наукам – ради места муллы в родной деревне Кутлушкино. Первый композитор из среды татарского народа – Султан Габяши – не смог получить профессиональное музыкальное образование, ибо даже для его прогрессивно настроенного отца – тюрколога, богослова Хасана-Гата Габяши – светское образование, да еще музыкальное, было слишком большой вольностью.

Уникальное творение татарской мысли – первый перевод на татарский язык Корана, осуществленный выдающимся ученым и мыслителем Мусой Бигиевым (1875–1949), был воспринят имамами и улемами как потрясение основ, как крамола: в 1912 г., после запретительного фермана, весь набор перевода был уничтожен. А ведь Муса Бигиев почитался на Востоке, в арабских странах среди первых богословов и религиозных мыслителей. Он преподавал в Мекке, был крупнейшим знатоком Писания. Всего его перу принадлежат 20 книг, посвященных кораническим исследованиям. И все равно среди соотечественников Бигиев считался вольнодумцем.

Чтобы преодолеть общественные шоры понадобились серьезные общественные потрясения, понадобилась литература и культура нового типа. И люди нового времени появились: Габдулла Тукай, Карим Тинчурин, Фатих Карим, и многие другие... Их творения стали мостом от темного средневековья к новому времени.

В заключение скажем несколько слов о передовых женщинах татарского общества. В среде правоверных светская научная деятельность считалась запретной даже для мужчины, – что говорить о женщине... Консервативные нравы до Первой мировой войны запрещали мусульманке получать полноценное светское образование, а тем более – думать о медицине, науках, исключали возможность работы в госучреждениях. История сохранила не много имен соотечественниц, которые имели смелость пойти против общественного мнения. Среди них – первая женщина-врач Биби-Разия Кутлуярова родом из Касимова, получившая право на профес-

сию в 1893 году лишь благодаря содействию императрицы Марии Феодоровны. Позднее ей последовали и другие девушки: «Одиннадцать мусульманок, следуя почину госпожи Разые ханым Кутлюяровой Сулеймановой, изучают в Санкт-Петербурге медицину, опередив в этом отношении своих турецких, египетских и индийских единоворок», – писал в 1903 г. Исмаил Гаспринский. Пошла по стопам Сулеймановой и дочь казанского купца-мецената Гайша Апанаева.

Уникальное место в этой когорте занимает Сара Шакулова. Первая женщина-математик, ученица Высших курсов Лесгафта в Петербурге, в 1913 г. закончила Сорбонну, получив дипломы по трем специальностям, в том числе по экспериментальной и физической механике. Во Франции она стала профессором механики, однако в России это звание пришлось подтверждать, переломив целое сообщество консерваторов-мужчин Московского Университета, а после – бороться за право работать по профессии.

К числу пионеров принадлежат: Фатиха Аитова – меценатка и просветительница, основательница первой женской гимназии в Казани; издатель журнала «Женский мир» и лидер женского мусульманского движения Шефика Гаспринская; Муршида Бикжанова – этнограф, изучавшая Среднюю Азию; первая женщина-юрист и государственный деятель Татарстана Амина Мухитдинова; первая татарская женщина-журналистка, одна из издателей газеты «Терджиман-Переводчикъ» Зухра Акчурина, удостоенная почтительного имени «мать нации»; первая женщина-график Хадича Акчурина; актриса Сахипджамал Гиззатуллина-Волжская, – и...многие другие, в основном вышедшие из среды дворянства и купечества. И казалось бы – новое время открыло для татарской женщины немислимые ранее возможности, но... снова не для всех. Если в царской России камнем преткновения для учебы мусульманки были ислам, общественное мнение и бедность, то позднее, в большевистской России, девушек исключали из вузов по принципу происхождения. «До Октябрьской революции 117 девушек-татарок после окончания русских гимназий поступили в университет, но лишь 55 из них удалось окончить учебу, получив диплом по специальности», – пишет исследователь Т.А. Биктимирова.

### Список литературы

1. Мухаметьянова Р.В. Татарский купеческий род – Апанаевы // Известия русского генеалогического общества. Вып. 28. Санкт-Петербург, 2015. – URL: [https://nlr.ru/nlr\\_visit/dep/artupload/media/article/RA1199/NA9305.pdf](https://nlr.ru/nlr_visit/dep/artupload/media/article/RA1199/NA9305.pdf) (дата обращения: 13.11.22).
2. Михаил Бирин. Баки Урманче. – URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/337014>
3. Биография Гаяза Исхаки. – URL: <https://isxaki.com/ru/biografiya/> (дата обращения: 13.11.22).
4. Михаил Бирин «Выпускница Сорбонны из Касимова: Сара Шакулова – «татарская Ковалевская». – URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/476490> (дата обращения: 13.11.22).

Delfina Faridovna Akchurina,  
Senior Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V.G.Timiryasov,  
Kazan, Russia

### ABOUT THE CULTURAL REVIVAL IN THE MUSLIM ENVIRONMENT OF RUSSIA IN THE LATE XIX – EARLY XX CENTURY

**Abstract.** The article is devoted to the formation of the culture of the Tatars of the Russian Empire at the turn of the 19th and 20th centuries, the influence of other Turkic peoples on this process; the role of intellectuals, entrepreneurship and students in these progressive changes. This topic is still insufficiently studied.

**Keywords:** society, culture, progress, education, national revival of the Tatar people

Дельфина Фаридовна Акчурина,  
старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ОБ ИСТОРИИ СТАНОВЛЕНИЯ ТАТАРСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕАТРА: НА СТЫКЕ ВОСТОКА И ЗАПАДА

**Аннотация:** Статья посвящена вопросу зарождения и формирования татарского профессионального театра. Рассматривает культурные факторы, которые обусловили этот процесс, например, площадные действия Востока, Азии, ханский театр Бахчисарая. Тема мало исследована. Цель статьи – изложить процесс становления национального театра и его роль в жизни общества. Обозначить картину общественно-культурных перипетий этого периода, квинтэссенцией которых стал феномен татарского национального театра, в котором соединились и слово, и музыка, и актерское мастерство; драма и комедия, сценография и народные традиции, прикладное искусство и национальный костюм, и видение судеб народа.

**Ключевые слова:** национальный театр, мистериальный, придворный, домашний, музыкальный, реалистический

Хотя главной закваской театрального процесса для национальных театров в Императорской России оставалась русская драматическая школа, сначала мы бы хотели рассмотреть и восточный фактор в становлении татарского национального театра.

Несмотря на требования времени, научно-технический и культурный прогресс, роль предпринимательства в становлении капиталистических отношений, татарское общество России в 19 веке отличалось крайним консерватизмом. Цивилизационную роль, изменившую историю косного общества сыграли его активные слои: купечество, предприниматели, интеллигенция, отдельные представители духовного сословия, студенчество, шакирды, а так же путешественники – в том числе, отдельные паломники к восточным святыням. И вот здесь мы должны указать на один важный фактор: а именно, фактор единой веры. Безусловно, для татарина моральный авторитет народов, исповедующих ислам, имел приоритет над авторитетом иноверцев. Поэтому так велико для татар Поволжья значение культурного влияния Востока.

Помимо благочестия, татарские путешественники увидели на Востоке мистериальный религиозный театр<sup>2</sup>, учрежденный властью, – и самые разнообразные проявления театра народного: площадные действия уличных артистов, музыкантов, фокусников, атлетов, акробатов, сказителей, толкователей текстов... В Персии бытовал даже передвижной женский коллектив, декламирующий «роузе» – повествования о жизни и мученической смерти шиитских имамов. Группы артистов принимали участие в религиозных и погребальных церемониях священных месяцев ислама. Участники религиозных процессий месяца Мухаррам и празднования Навруза наблюдали в странах Востока своеобразный симбиоз шариата – и народных артистических традиций. Представления сопровождал танец, игра на национальных инструментах, пение. Однако, по воспоминаниям путешественника 19 века казака Меняева, в Персии имели место и представления комического характера, которые зачастую отличались скабрешностью и эротизмом. Не гнушались таких представлений и в ханских резиденциях (придворные комики имели разное амплуа). Любое публичное зрелище, от государственных приемов до артистической рыночной склоки, среди темпераментных народов Востока пользовались интересом и назывались общим словом – «тамаша», которое и сегодня употребляется у татар в качестве эквивалента понятие «представление». Что удивительно, до публичных зрелищ допускались и женщины, в основном под началом старшей дамы семьи или се-

---

<sup>2</sup> Текийе-доулат – Государственный театр в Тегеране, в котором исполнялись тазия – религиозные мистерии; был построен при Насреддин-шахе в 1868 году и разрушен в 1947 году.



ления. Тем не менее надо отметить, что персидские артисты имели среди своих соплеменников наименование плутов, мошенников, что отражает низкий характер их ремесла. Несмотря на то, что к театральным жанрам относилась и тазия (оплакивание) мистерия, театрализованное представление в память о «мученической» смерти внука пророка Мухаммеда, Хусейна ибн Али [6].

В Средней Азии, в Туркестане, Узбекистане и Таджикистане, так же бытовала древняя традиция народного скоморошеского действия, сопровождаемого игрой на музыкальных инструментах – зурне, домбре, свирели, номерами кукольного театра. По выражению петербургского театроведа Анны Кисловой, «Метафизика «в крови» восточного театра». Особой популярностью у народов Средней Азии и Востока пользовался разговорный жанр: масхаробозы – шуты (отсюда название жанра комедии – «масхака»), острословы, сказители, авторы притч – аллегорий, загадок, солью которых является этический выбор, нравственное поучение. Неслучайно так популярен здесь образ Ходжи Насреддина – фольклорного персонажа народов мусульманского Востока, Средиземноморья и Балкан.

В скором времени на узбекской сцене сформировались такие жанры, как комедия, драма, трагедия, подражание, декламационное искусство. Первыми руководителями профессионального узбекского театрального коллектива в Самарканде стали азербайджанец Алиаскар Аскар (1914), татары Заки Баяздинский, Мухамедьяров (1916). В Бухаре работала труппа татарских артистов под руководством Хусейна Наджиба. В их репертуаре так же были переводные пьесы проблемного характера. «Актер – не шут, не балагур, не лицедей, а учитель нравственности. Сила театра еще и в том, что в нем может обучаться и неграмотный человек», – учил просветитель и издатель Махмудходжа Бехбуди<sup>3</sup>. Несмотря на серьезность джадистского начинания, представители духовной и светской власти называли артистов презренными, нечистыми – «макрух», установив для них духовный потолок – шутовства.

Еще одним центром зарождения тюркского театра стал Азербайджан. Гастроли его коллективов оказали большое впечатление на реципиентов.

В Бахчисарае опыт тюркоязычного придворного театра имел место с середины 18 столетия, в правление крымского хана Крым-Гирея, серьезно увлеченного французской культурой и желавшего блеснуть цивилизованностью перед французским послом. Конечно, публичного, всем доступного театра даже к концу 19 века в Бахчисарае не было. Однако случались гастрольные представления. Так, 4 февраля 1886 г. в Бахчисарае армянскими самодеятельными артистами из Тифлиса было дано театральное представление на крымско-татарском языке. Группой руководил г-н Сердаров. И. Гаспринский в газете «Таржиман» писал: «Спектакль состоялся в зале дома Михайли и привлек как татар, так и греческую и караимскую молодежь. Говорить об этом представлении как о театре не приходится, но смело можно заметить, что жители Бахчисарае охотно бы посещали недорогой театр, если бы таковой существовал в городе». А вот еще более ранняя публикация из той же газеты: «Из Баку нам сообщают, что местная мусульманская молодежь задумала положить начало татарскому театру. Один из артистов армянской труппы руководит делом. Предполагается разыграть четырехактную комедию Фетх Али Ахундова «Ханский везирь». Местный капиталист Г. З. Тагиев оказывает молодежи просвещенное содействие. Bravo, бакинцы! Не отставайте от нухинцев. Театр – хорошее искусство и хорошая школа красноречия и назидания» [3]. А вот что писал «Таржиман» по поводу стихийного развития народного комического представления в Средней Азии: «Тут, мы думаем, что почва подготовлена, чтобы создать более благообразный и поучительный туземный театр. Было бы не дурно, если бы интеллигентные ташкентские мусульмане на досуге подумали об этом. Служба службой, а досуги можно посвящать делу народного образования: народный же театр один из путей к этому» [4]. Таким образом, И. Гаспринский одним из первых осмысляет значение, особенности и жанровую составляющую тюркского сценического искусства.

---

<sup>3</sup> М. Бехбуди «Что такое театр?»

Как пишет в своей работе «Страницы истории зарождения и развития крымскотатарского сценического и театрального искусства» О.И. Ильницкая, «в 1900 г. в Бахчисарае группа просвещенной крымскотатарской молодежи начала работу над постановкой на крымскотатарском языке пьесы А. С. Пушкина «Скупой рыцарь», или «Саран Пехливан». Перевод с русского языка на крымскотатарский осуществил один из актеров театра Исмаил Лютфи. В постановке пьесы также участвовали Джелял Меинов, Осман Заатов, Сеттар Мисхорлы, Абдулла Терликчи и другие. По словам Дж. Меинова, роли актерами были выучены прекрасно, постановка получилась удачной и привела в восторг зрителей. В 1901 году после спектакля «Скупой рыцарь» была поставлена пьеса известного турецкого поэта и драматурга Намыка Кемаля «Заваллы чоджукъ» («Бедный мальчик»). 19 апреля 1902 г. – пьеса Сеит-Абдуллы Озенбашлы «Оладжагъа чаре олмаз» или «Чему быть, того не миновать» – первая пьеса крымскотатарского автора. Вот что писала об этом газета «Терджиман» от 22 апреля 1902 года: «...на родном языке была сыграна пьеса татарского быта «Чему быть, того не миновать» С. А. Озенбашлы и первое действие комедии «Врач поневоле» Мольера. Спектакль дал полный сбор, что свидетельствует о народившейся потребности татар в подобных развлечениях. Роли были разыграны довольно удачно, несмотря на то, что в женских ролях выступали юноши». 14 октября 1901 стараниями Исмаила Гаспринского и городского головы Мустафы-мирзы Давидовича в Бахчисарае было открыто здание театра. С этого момента театральные постановки играли заметную роль в культурной жизни крымскотатарского народа».

Таким образом, в мусульманском обществе Баку, Ташкента, в исторической столице Крымских татар – Бахчисарае театральное действие молодых энтузиастов не вызывало того противления, какое оно встречало в ортодоксальной среде татар в Казани, Нижнем Новгороде, Касимове, других городах России. Образованный предприниматель из числа казанских правоверных, оказавшись в Баку, Ташкенте, Бахчисарае, принимал к сведению терпимость местного мусульманства к сценическим опытам. Авторитет крымскотатарского и Среднеазиатского мира послужил связующим мостом между древним народным скоморошеством, ярморочным представлением – и драматическим театром татарского и башкирского народов, каким мы его застаем в XX–XXI вв.

Пользуясь современным выражением, сценическое искусство было «разрывом шаблона», существенно меняя границы дозволенного в представлении российского мусульманина. И все же до конца 19 – начала 20 в. простым татарским обществом театр воспринимался как явление маргинальное, чуждое духу благочестия.

Непосредственные предпосылки к зарождению татарского национального театра возникли во второй половине 19 века, на фоне бурного развития русского императорского театра. Средоточием театральной жизни в России были две столицы – Петербург и Москва. В России к тому времени сложилась широкая традиция домашних постановок и камерных творческих представлений. Однако отдельные меценаты – граф Шереметев в 18 веке, Юсуповы, Мамонтов во II пол. 19 в. – имели настоящие театры, с оборудованной сценой и декорациями, с прекрасными артистами, певцами, танцорами. Их постановки стали новым словом в истории музыкального и драматического театра и сценографии, соперничая с Императорскими Театрами. Таков феномен московской частной оперы Саввы Мамонтова. В этом кружке энтузиастов сформировался Станиславский, создавший впоследствии школу актерского мастерства, ставшую новым словом в искусстве.

Публичная сценическая деятельность на татарском языке, обращенная к народу, оставалась для консервативного татарского общества России 19 в. явлением революционным. Огромный импульс для зарождения татарского театра и для его «легитимации» в столице Поволжья дала русская театральная школа, стоявшая на серьезной литературной традиции. В Казани первые регулярные публичные спектакли для русскоязычного зрителя были организованы еще во времена юности Гавриила Державина, на гимназической сцене (1785-е годы). Русское драматическое и оперное искусство на профессиональной сцене в Казани получило начало с 1791 г., по инициативе главы Казанского князя С.М. Баратаева. К 1870-м годам Казанский городской театр приобретает славу одного из лучших провинциальных теат-

ров России. К этому моменту в среде татарского дворянства и интеллигенции появились ценители его постановок, которые шли на русском, итальянском, и других языках. В «Краткой истории Казани», изданной в 1848 году, М.С. Рыбушкин пишет о татарах, что они «стали страстными любителями театра». Театры были и в губернских центрах России, и на юге России, куда состоятельные татары ездили не только с предпринимательскими целями, но и для отдыха и поправки здоровья. Так постепенно традиционное исламское общество получило прививку драматического искусства. Но дальше домашних постановок тюркоязычных пьес в отдельных прогрессивных татарских семьях дело еще не шло.

Первые пьесы на татарском языке были написаны в конце 19 века, и предназначались для исполнения на домашних вечерах. Домашние драмкружки появлялись в ареалах обитания татар от Урала до Ташкента и Астрахани. Один из самых известных кружков был «Шимбәчеләр» – «Субботяне», созданный в 1903 г. в Казани татарскими учащимися русских школ. Здесь ставились произведения русских писателей, а затем и переводные произведения на татарском языке.

Конечно, в Поволжье начала XX в. театр был привилегией состоятельного и образованного класса. Но общество стремительно менялось. Театровед Ильтани Илялова отмечает большую роль в становлении татарского театра в Казани не только предпринимателей, но и студенчества и младшего торгового и промышленного звена – конторщиков, приказчиков, а также служащих фабрик, людей преимущественно из молодого поколения, чьи интересы не ограничивались капиталом, но простирались и в сторону культуры. Узкий круг татарской интеллигенции, таким образом, взаимодействовал с классом разночинцев, буржуазии и татарского дворянства – с теми передовыми людьми, кто понимал, что замкнутая, герметичная культура нежизнеспособна, что татарам необходима прививка мировой культуры, и что определенные перемены в мироустройстве неизбежны. Братья Кулахметовы, Ибрагим Баишев, купцы Акчурины, Апанаевы, Губайдуллины, золотопромышленники Рамиевы, книгоиздатели братья Каримовы, другие состоятельные роды оказывали меценатскую помощь татарским литераторам и артистам, устраивали литературные и музыкальные вечера, лекции о народной музыке, поддерживали гастролирующие театральные группы. Некоторые из меценатов и сами были причастны к литературному процессу, музыке: Мухаметша Акчурин в начале 90-х годов 19 века перевел комедию Гоголя «Женитьба», Газиз Губайдуллин – был талантливый прозаик, автор ряда фундаментальных трудов по истории тюркских народов и по истории татарской литературы. Гафур Кулахметов стал автором нескольких драматических произведений, его брат Габдельман оказывал поддержку Астраханскому театру, сотрудничал с поэтом, переводчиком и драматургом Сагитом Рамиевым, который в этот период работал в астраханской газете «Идель». Гали Рахим – выходец из купцов, литератор, переводчик, полиглот, историк-этнограф, идеолог татарского возрождения – стал автором комедий «Дачные страсти», «Тварь». Его стихотворение «Кукушка» было положено на музыку первым татарским композитором Султаном Габяши. Впервые со сцены на литературно-музыкальном вечере этот чудесный по образности романс исполнила Гайша Апанаева – супруга Гали Рахима, первая из татарских девушек поступившая на медицинский факультет Казанского Университета. Примечательно, что композитор Габяши был сыном муллы и получил музыкальное образование лишь благодаря прогрессивным взглядам своего отца. Его преподаватель Нина Соколова рекомендовала ему продолжать учиться в консерватории. «Но на это папаша мой не пошел и нельзя в этом его обвинять. Тогда среди татар не было принято обучаться музыке и становиться профессиональными музыкантами, потому что не было для этого ни поприща, ни спроса» – сетует Габяши в своей автобиографии [8]. Романсы и песни композитора быстро стали популярны. Одну из них – «Рокья-гөлкәем» исполнил детский хор «Восточного клуба», а солировала – Сара Садыкова. Считается, что именно Султан Габяши заложил традиции музыкальных постановок на татарской сцене (спектакль «Зулейха», 1917 г.). Он же стал автором первой национальной оперы – «Сания».

Татарский национальный театр прошел путь от домашних постановок до высокого искусства профессионального драматического, музыкального и экспериментального театра и

во многом ориентировался на опыт русской сценической школы. Основателем первой профессиональной татарской театральной труппы является оренбуржец Ильяс Кудашев-Ашказарский (1884–1942). 22 декабря 1906 года в Казани были сыграны два первых публичных спектакля на татарском языке по пьесам турецкого драматурга Намика Кемаля – «Жалкое дитя» и «Беда из-за любви» в переводе Галиаскара Камала. Эту дату и принято считать днем рождения татарского профессионального театра, хотя, конечно, она условна. В 1905 году Кудашев-Ашказарский организовал в Оренбурге любительскую театральную труппу «Мусульманская драма и мелодрама» («Фажига вә мәсәкин исламия»), дебютировавшую в 1906 в Уфе спектаклем «Ученые и невежды» по комедии А.Н. Островского «Ученье – свет, а неученье – тьма, или В чужом пиру похмелье». В 1908 году, с легкой руки Габдуллы Тукая, труппа обрела имя «Сайяр» – «передвижник». Следующие 14 лет становления татарского профессионального театра были весьма драматичны. Рост нетерпимости к новому явлению в среде правоверных поставил труппу на грань выживания. Только после Октябрьской Революции и Гражданской войны, когда театр получил поддержку государства и стал на рельсы государственного обеспечения, труппа начала нормально развиваться. В 1922 году решением Наркомпроса РСФСР был создан «Первый государственный показательный драматический татарский театр имени Красного Октября», из объединенных трупп «Сайяр», «Нур», «Ширкат» и фронтовых бригад. Возглавил его Карим Тинчурин (1887–1938) – драматург, актер, режиссер, переводчик, критик, театральный педагог, сыгравший основополагающую роль в становлении татарского театра, его эстетики; человек, во многом определивший проблематику молодого татарского театра, уловивший как требования времени, так и стилистические направления и жанровые предпочтения татарской публики: национальный романтизм, музыкальные постановки, юмористический и сатирический театр, ориентированный на человека труда.

В первые годы после Революции татарская сцена была лабораторией для авангардных экспериментов, для «левацких течений и голого конструктивизма», по выражению исследователя истории национального театра Х.Л. Кумысникова. То была дань эпохе русского авангарда. Однако с изменением концепции «искусства для народа», безальтернативно насаждаемой жесткой рукой государства, победила концепция реалистического театра. На сцене воцарился принцип натуралистического правдоподобия, этнографического документализма, что определило лицо национальной сцены на много десятилетий. Это сузило палитру, но углубило психологическое мастерство актеров. Бытоописательные, критические и юмористические пьесы потеснили романтический театр с его эстетикой возвышенного. Начиная с конца 1930-х годов театр становится рабом соцреалистической концепции и к 1980-м годам испытывает стагнацию и застой, вследствие боязни экспериментов и «политики партии», навязанной искусству властью. Тем ни менее, даже в эти годы театр пытается не только развлекать и служить целям пропаганды, но и задавать болезненные общественные, философские вопросы, гуманизировать общество. В последствие, в репертуар театра пришли спектакли, исполненные лиризма и романтической одухотворенности, став украшением татарской сцены, и обогатив чудными задушевыми красками национальную театральную школу.

Жанровая палитра татарской сцены очень широка: драма, мелодрама, трагикомедия, социальная комедия, водевили, концерты, эстрадные номера... Музыка становится неотъемлемым элементом татарской сцены, весьма существенным ее знаком, отражающим глубинную народную эстетику театра, близость к корням, к танцевальной и песенной и культуре татар. В исконной народной поэзии и песне отразился такой феномен XIX–XX веков, как массовое перемещение людей по стране, расставание с Родиной, тоска по корням, милосердие и сердечное тепло как незыблемая суть человека. Эти темы являются основополагающими и в татарской драматургии, для которой песня, мелодия, «мон» стали важным художественным средством.

Так постепенно формируется облик татарского театра – лирического, задушевного, несущего идеалы душевной красоты и стойкости. В нем угадываются традиции народного зрелища – площадного, балаганного, склонность к сатире, юмору, к мелодраме. Вот лишь

небольшой перечень знаковых спектаклей тех лет: «Голубая шаль» и «Без ветрил» Карима Тинчурина, «Стыд, или Слезы» Я.Вали, «Распутство» Г.Камала, «На легком деле» Ф.Ярыгина, «Ученые и невежды» по комедии А.Н.Островского "Ученье – свет, а неученье – тьма, или В чужом пиру похмелье". Вообще на татарской сцене прижились произведения русской драматургии, прежде всего, Островского; водевили и инсценировки рассказов А.П.Чехова "Предложение", "Медведь", "Хирургия", произведения турецких, азербайджанских, караимских писателей. В этих пьесах подняты проблемы морали, необразованности и приземленности, социального неравенства, проблема лицемерия и духовной несостоятельности гражданских и духовных лидеров народа, из политической близорукости и своекорыстия упустивших возможность сплотить народ и действовать из его интересов, трагедия внутренней незрелости личности и общества в целом, вопрос женского бесправия, борьба возвышенного энтузиазма с житейской пошлостью.

В 1926 г. Казанскому театру был присвоен статус Академического. А с 1939 года он носит имя Галиаскара Камала в честь 60-летия классика и родоначальника татарской драматургии.

Чем же был театр для татарского народа в переломное, судьбоносное, трагическое время, исполненное социальных и духовных противоречий и потрясений, на протяжении последних 100 лет? Театр был призван разбудить татарское общество, дать импульс его интеллектуальному и духовному развитию, осознавать задачи своего исторического пути. Заставить рефлексировать, ставить острые злободневные вопросы перед наиболее активной частью татарского общества, вскрывать социальные противоречия, высмеивать пороки, указывать на бедственное положение женщины в традиционном обществе. Другой задачей театра было просвещать, воспитывать нравы, шлифовать культуру, разнообразить ее богатство. Именно исходя из этих насущных требований времени, Г. Камал взялся за переводы русского и европейского драматического наследия, стараясь приблизить молодой национальный театр к высоким образцам русского реалистического театра с его морально-этическими нормами, глубокими духовными и социальными вопросами, которые он ставил перед гражданином. В конечном итоге, театр помогал формировать новый тип личности в среде татарского народа – критически мыслящего, активного гражданина, способного анализировать исторические процессы; личность, призванную поднять культуру от кустарного уровня до мирового. И такой тип личности, готовой на общественное служение, имеющей идеалы и прогрессивные установки, был сформирован. Так же были сформированы новые виды искусства, которых не было у татарского народа – опера, балет, эстрада, кукольный театр, и даже кино.

В последние годы татарское сценическое искусство испытывает настоятельную потребность переосмыслить опыт судьбоносного XX века в истории народа; вернуться к утраченным духовным корням – к ценностям веры, к идеям гуманизма, самоценности личности. Театр ставит острые вопросы права человека на свободу совести. Так, знаковым событием для его истории являются пьесы «Чернолик» М. Гафури, «Мулла» Т. Миннулина.

Кроме того, сегодня национальный театр испытывает большое влияние постмодернистических течений мирового театра. Он пытается занять особое место в мировом театре, наряду с немецкой, польской, норвежской, якутской и другими сценическими школами и концепциями (режиссеры Анджей Вайда, Петер Штайн, Йон Фоссе, Аттила Виднянский, Сергей Потапов...) Постмодернистические эксперименты позволяют татарскому театру в новом ключе решать классические постановки и осмыслять современность.

Другая тенденция – повышенный интерес теоретиков и практиков татарской сцены к древним языческим мистериальным действиям, к мистериальному театру, в том числе тюркских народов. Рассмотрение наряду с исламским духовным опытом различных языческих практик, изучение особенностей культуры, менталитета, этнографии, культуры тюркских народов. С 2009 г. в Казани проводится Международный театральный фестиваль тюркских народов «Науруз», получивший мировое значение, и сделавшийся событием в истории развития мирового театра.

В процессе своего развития тюркский театр (и в частности – татарский) преодолел узко-этнические и соцреалистические рамки, в которых погряз в середине XX в. Сегодня он идет по пути эксперимента и философского осмысления бытия, осуществляет миссию высокого гуманистического искусства, балансируя между традицией и постмодернизмом.

### Список литературы

1. Илялова И. Первые шаги. <https://kitaphane.tatarstan.ru/kariev/ilyalova.htm>
2. Ильницкая О.И. Страницы истории зарождения и развития крымскотатарского сценического и театрального искусства. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stranitsy-istorii-zarozhdeniya-i-razvitiya-krymskotatarskogo-stsenicheskogo-i-teatralnogo-iskusstva/viewer> (дата обращения: 03.11.22).
3. Исмаил Гаспринский. Газета «Тарджиман» // Переводчик. – 1884. – № 13.
4. Исмаил Гаспринский. Газета «Тарджиман» // Переводчик. – 1894. – № 14. – С. 1–2.
5. Исмаил Гаспринский. Газета «Тарджиман» // Переводчик. – 1902. – 22 апреля.
6. Культура веры. Путеводитель сомневающимся. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.religiocivilis.ru/islam/islamt/577-taziya-.html> (дата обращения: 03.11.22).
7. Мисль-Рустем (Меняев). Персия при Наср-эд-Дин-шахе с 1882 по 1888 г. Очерк 9. – СПб., 1897. – URL: <https://www.interestmir.ru/persiya-pri-nasr-ed-din-shahe-glava-9/>
8. Гафаров Н.У. Вклад джадидов в зарождение национальной драматургии и развитие театра в Средней Азии. – URL: <file:///C:/Users/%D0%90%D0%BD%D0%BD%D0%B0/Downloads/vklad-dzhadidov-v-zarozhdenie-natsionalnoy-dramaturgii-i-razvitie-teatra-v-sredney-azii.pdf> (дата обращения: 03.11.22).
9. Габдрафикова Л. Знаете ли вы первого татарского композитора? – URL: <https://zen.yandex.ru/media/liliyagabdrifikova/znaete-li-vy-pervogo-tatarskogo-kompozitora-skoree-vsego-net-60a788801a258e732217edf3> (дата обращения: 03.11.22).
10. Кумысников Х.Л. Современный татарский драматический театр (1941–1962)». – Изд. Библиотека (ГПИБ). 1963.
11. Кумысников Х.Л. Драматургия народов Востока на татарской сцене. – URL: [http://tatarica.narod.ru/cult/miras/theater/tatscene\\_darama.htm](http://tatarica.narod.ru/cult/miras/theater/tatscene_darama.htm) (дата обращения: 03.11.22).
12. Акчурина А.Ф. «Бич Божий» Аттилы Виднянского. – URL: <https://stihi.ru/2016/06/24/850> (дата обращения: 03.11.22).
13. Акчурина А.Ф. Тит Шекспира в постановке театра Саха. – URL: <https://stihi.ru/2015/06/14/7694> (дата обращения: 03.11.22).
14. Акчурина А.Ф. От мистерий Коркута до Тита Андроника. – URL: <https://stihi.ru/2015/08/09/4460> (дата обращения: 03.11.22).
15. Тазия. – URL: <http://www.religiocivilis.ru/islam/islamt/577-taziya-.html> (дата обращения: 03.11.22).

Delfina Faridovna Akchurina,  
senior lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### ABOUT THE HISTORY OF THE FORMATION OF THE TATAR NATIONAL THEATER: AT THE JUNCTION OF EAST AND WEST

**Abstract.** The article is devoted to the origin and formation of the Tatar professional theater. Examines the cultural factors that caused this process, for example, the areal actions of the East, Asia, the Khan's theater of Bakhchisarai. The topic is poorly researched. The purpose of the article is to describe the process of formation of the national theater and its role in the life of society. To outline the picture of the socio-cultural vicissitudes of this period, the quintessence of which was

the phenomenon of the Tatar national theater, in which the word, music, and acting skills were combined; drama and comedy, scenography and folk traditions, applied art and national costume, and a vision of the fate of the people.

**Keywords:** national theater, mystery, court, home, musical, realistic

УДК 725.94

Глеб Владимирович Алексушин,  
д. и. н., доцент,  
Самарский государственный экономический университет,  
Самара, Россия

## К ТИПОЛОГИИ МЕМОРИАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ

**Аннотация.** В данной статье рассматривается проблема типологизации мемориальных объектов. Актуальность темы исследования объясняется наличием неточностей и ошибок, повторов в терминологических комплексах, на которые в своей работе опираются сотрудники муниципальной и государственной служб. Автор в этой работе предлагает собственную теорию типологизации памятников и их элементов на основе анализа памятников и скульптур Самары.

**Ключевые слова:** скульптура, малая форма, мемориальный объект, типологизация, постамент

В настоящий момент типологизация мемориальных объектов в рамках работы муниципальной и государственной служб крайне затруднена: имеющиеся в рамках памятниковедения [4; 5] терминологические комплексы примитивны, содержат в себе много неточностей, ошибок и тавтологий. С памятниками, например, часто путают **скульптуры** и **скульптурные композиции** и архитектурные **малые формы**, похожие на памятники, но без мемориальной функции – украшения или отображения внутреннего мира автора.

Рассчитывать на то, что сотрудники муниципальной и государственной служб решат эту проблему, несостоятельно – требуются усилия ученых. Предложенная в этом исследовании система – попытка научно систематизировать мемориальные объекты. Одна должна помочь чиновникам наладить системное сопровождение мемориальной культуры населенных пунктов.

Автор данного исследования проанализировал самарские памятники и скульптуры в 2-х работах [2, 3], а в 3-й [1] предложил свою теорию по типологизации памятников и их элементов.

### *Мемориальные объекты и их типологизация*

**Памятник** или **мемориальный объект** (далее МО) – сооружение для увековечения людей, событий, объектов, иногда животных. Основной функцией памятника, т.о., является мемориальная (от лат. *memorialis* – памятный).

Виды МО:

- **монумент** (от лат. *monumentum*, от *monere* – напоминаю) – МО значительных размеров;
- **мемориальная доска** – МО в виде плиты с информацией;
- **памятный знак** – МО в память о каком-либо событии, как правило, без ярко выраженного заглавного элемента или небольших размеров;
- **композиция** (от латинского *componere* – складывать) – МО, состоящий из нескольких элементов, в обычном МО встречающихся в единственном варианте;
- **стена памяти** – МО, основой которого является стена;
- **мемориальный комплекс** – соединение нескольких МО и их элементов;

– **кенотаф** (др.-греч. κενοτάφιον, от κενός – пустой и τάφος – могила) – надгробный памятник в месте, которое не содержит останков покойного, своего рода символическая могила;

– **надгробие;**

– МО отличаются посвящением:

– **персональные** (конкретным людям);

– **событийный** (конкретным событиям);

– **животным** (конкретным животным), например, **кавалло** (итальянское название конных монументов);

– **техническим устройствам** (конкретным техническим устройствам);

– **потомкам;**

– **выдуманным персонажам** (из литературы, кино, фольклора и т. п.).

Таким образом, появляется система типов МО, состоящая из двух элементов – тип МО и тип посвящения МО.

### *Элементы мемориальных объектов*

Но куда эффективная типологизация станет, увеличив количество элементов с 2-х до 3-х. В качестве 3-го элемента типологизации предлагается использовать заглавный элемент МО.

МО, как правило, состоит из 3-х элементов: **основание – постамент – заглавный элемент.**

Заглавные элементы МО бывают разными:

– **круглая скульптура (статуя)** (от лат. *statua*, от греч. *statos* – «стоящий») – произведение скульптуры значительного размера, изображающее стоящую фигуру человека (как правило, больше натуральной величины), не связанное непосредственно с архитектурой и представляющее собой самостоятельную композицию (ростовые); **бюст** – скульптурное изображение человека по грудь или по пояс; **скульптурная группа;**

– **рельеф** (надпись, барельеф и горельеф);

– **менгир** (от нижнебретонского *men* – камень и *hir* – длинный) – простейший необработанный дикий камень, у которого вертикальные размеры чаще заметно превышают горизонтальные, бывают **картинными камнями;**

– **стена;**

– **«вечный огонь»;**

– **«капсула времени»;**

– **техническое устройство;**

– **растение;**

– **крест** (православный, латинский, греческий, кельтский, мальтийский и др.);

– **полка.**

– Виды оснований менее разнообразны, они выполняют техническую задачу:

– **цветник;**

– **площадка** (со стеной сзади);

– **плита;**

– **стена.**

Виды постаментов (нем. *postament*) – архитектурных оснований МО:

– **пьедестал** (франц. *piédestal*, от итал. *piedistallo*, от *piede* – нога и *stallo* – место) – разновидность постамента. Бывают разных форм – геометрически правильные (обычно с применением архитектурных ордерных элементов, нередко с украшением скульптурным рельефом) или произвольные (например, в виде естественного, необработанного камня);

– **стела** (от греч. *stèle* – столб) – вертикальная каменная плита с надписью или рельефным изображением, бывают **хачкары;**



- **обелиск** (др.-греч. ὀβελίσκος – «небольшой вертел») – сужающаяся кверху вертикальная каменная плита, в большинстве случаев квадратная в сечении;
- **колонна** (греч. κίον, στύλος, лат. *columna*) – столб, часто цилиндрической формы, бывает **ростральной**;
- **менгир**.

### **Итоговая формула типологизации**

Наиболее точно получится формулировать тип МО соединением этих трех критериев (в третьем случае указывается в типологии мемориального объекта только основной элемент) – в этом суть авторского метода типологизации МО в рамках памятниковедения Г.В. Алексушина (примеры):

<b>Посвящение</b>	<b>Вид МО</b>	<b>Главный элемент</b>
Выдуманному персонажу	Монумент	С ростовой статуей
Событийный	Памятный знак	С техническим устройством
Персональная	Мемориальная доска	С горельефом

Любая из таких записей куда информативнее и точнее, чем безликие записи в Реестре вроде «памятник», или ошибочные «мемориал», или неточные «стела» (которую очень часто, кстати, пишут с ошибкой стелла) или «обелиск».

В таком случае создание Реестров мемориальных объектов станет проще и эффективнее. Да и работа комиссий при Администрациях по установке новых объектов также упростится.

Конечно, существует немало нюансов в мемориальных объектах, ведь их сооружают творческие люди – скульпторы, стремящиеся к новациям и уходу от традиций. Но подавляющее большинство мемориальных объектов легко типологизируется по представленной в данном материале системе, а редкие исключения описываются все равно качественнее, чем в прошлых описаниях.

### **Список литературы**

1. Алексушин Г.В. Самарская память: памятники, скульптуры, малые формы и мемориальные доски: Научно-справочное пособие. – Самара, 2013. – 170 с.
2. Алексушин Г.В. Самарские памятники: научно-справочное пособие. – Самара: АНО «ИА ВВС»: АНО «Ретроспектива», 2008. – 52 с.
3. Алексушин Г.В. Самарские памятники и скульптуры: Научно-справочное пособие. 2-е издание. – Самара: АНО «ИА ВВС»: АНО «Ретроспектива», 2012. – 68 с.
4. Батов В.И. К методологии памятниковедения науки и техники // Памятниковедение науки и техники: теория, методика и практика. – М.: 1988. – С. 34, 45.
5. Золин П.М. Памятниковедение – наука // Вопросы истории. –1990. – № 3. – С. 188–190.

Gleb Vladimirovich Aleksushin,  
Doctor of History, Assistant Professor,  
Samara State Economics University

### **ABOUT THE TYPOLOGY OF MEMORIAL OBJECTS**

**Abstract.** This article discusses the problem of typologization of memorial objects. The relevance of the research topic is explained by the presence of inaccuracies and errors, repetitions in terminological complexes, on which employees of municipal and state services rely in their work. The author in this work offers his own theory of typologization of monuments and their elements based on the analysis of monuments and sculptures of Samara.

**Keywords:** sculpture, small form, memorial object, typologization, pedestal

Татьяна Викторовна Башкирова,  
старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Нижнекамск, Россия,  
Татьяна Петровна Трофимова,  
старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Нижнекамск, Россия,  
Елена Лаврентьевна Матвеева,  
д.б.н., профессор,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### **АРХИТЕКТУРА И ДИЗАЙН ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ, КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ**

**Аннотация:** В нашей статье рассматривается фактор в городской среде на примере города Нижнекамск. Сфера гостеприимства разнообразна и многогранна. Она включает в себя гостиницы, рестораны, парки, автотранспорт, туристические агентства – все, что связано с отдыхом. Эта сфера активно развивается, а вместе с этим растет и конкуренция на рынке. Каждый владелец того или иного заведения хочет удивить своего гостя. Одним из важнейших инструментов гостеприимства является архитектура и дизайн.

**Ключевые слова:** архитектура, дизайн, гостеприимство, парк, скверы, навигация, город, отдых

На сегодняшний день сфера гостеприимства разнообразна и многогранна. Она включает в себя гостиницы, рестораны, парки, автотранспорт, туристические агентства – все, что связано с отдыхом. Эта сфера активно развивается, а вместе с этим растет и конкуренция на рынке. Каждый владелец того или иного заведения хочет удивить своего гостя. Одним из важнейших инструментов гостеприимства является архитектура и дизайн. В нашей статье мы рассмотрим этот фактор в городской среде на примере города Нижнекамск.

Нижнекамск – город с большим производством и огромным потенциалом для развития с населением около 250 тысяч человек. Преимущество провинциальных городов в том, что можно взять идею по внедрению тех или иных проектов с мегаполисов и попытаться реализовать это в городе поменьше.

Немаловажное место в архитектуре молодого Нижнекамска занимают парки и скверы. Ландшафтная архитектура создает «изюминку» и делает город экологически чище и привлекательнее. К примеру, реконструированный в 2016 году парк «Семья» стал особым притяжением для жителей города и туристов, что в свою очередь влияет на экономическую составляющую города. Там часто проводятся тематические мероприятия, выступают известные певцы и отдыхают горожане с детьми. Еще одна точка, которая стала излюбленным местом для нижнекамцев после ребрейдинга – набережная реки Кама. Много лет здесь отсутствовала инфраструктура для комфортного отдыха. Однако теперь набережная стала излюбленным местом для горожан и гостей: реконструированное здание причала, вблизи которого красуется пятидесятиметровый светомузыкальный фонтан, музей народного художника, безопасный пляж со своим кафе и детской зоной, красочные клумбы. Полюбоваться набережной Камы часто приезжают туристы из соседних городов и районов. Это место стало не только приятным местом для отдыха, но и пространством для проведения городских мероприятий – День города, День молодежи, выпускной бал и многие другие. Одним словом – воплощение культурного отдыха для жителей и гостей города. В прошлом году в Нижнекамске произошло еще одно грандиозное открытие общественного пространства, которое привлекло в город немало туристов – экстрим-парк «Айда». Концепция этого места объединила в себе спорт, искусство и экологию – на территории парка имеются различные граффити, организован

раздельный сбор мусора и, конечно же, есть развитая инфраструктура, как для опытных спортсменов, так и для новичков. Открытие «Айда-парка» позволило провести в Нижнекамске летом 2022 года фестиваль уличной культуры и экстремального спорта, что стало возможностью попасть республиканский уровень для молодых спортсменов.

Архитектор Нижнекамска Равиль Сафиуллин рассказал, что с самого начала проектирования города возникла тема создания променадов. Однако со временем концепция утратила свою актуальность. В этом году разрабатывается проект по соединению всех променадов в единую пешеходную и велосеть, «для того, что это заработало как зеленый каркас».

Немаловажным аспектом в архитектуре города для привлечения туристического потока является его навигация – система информационных знаковых элементов городского дизайна и малых архитектурных форм для указания направлений движения туристам к особо значимым объектам города. Городская среда, в полной мере обогащенная системой этой формы навигации, становится более удобной и привлекательной для туристов. Поэтому создание единой системы туристической навигации является одним из важнейших этапов в развитии, как и в сфере гостеприимства, так и для городской среды в целом.

В силу своей молодости в Нижнекамске не особо развита система навигации (городу 56 лет), поэтому туристы чаще всего ориентируются на местности по советам местных жителей или же по рекомендациям из Интернета. Безусловно, в некоторых местах города имеются указатели и расстояние до того или иного места. Однако этого недостаточно для удобного и быстрого передвижения приезжих по городу. Исходя из этого, стоит сделать вывод, что для привлечения большего количества приезжих в Нижнекамске стоит уделить внимание развитию туристической навигации.

Также хочется отметить, что с каждым годом растет число туристов, путешествующих самостоятельно без привлечения турагентств. В этом случае на помощь приезжим приходят информационные центры туризма (ИЦТ). Они отвечают за комфортную информационную среду для гостей, а порой и для жителей города. В Нижнекамске также отсутствуют подобного рода центры, поэтому еще одним предложением по развитию гостеприимства города является создание ИЦТ.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что для формирования архитектурной среды города и привлечения туристов необходимо создание единой системы навигации, строительство информационных центров туризма, благоустройство «зеленых зон» и пешеходных дорожек, а также реконструкция объектов культурного наследия. В Нижнекамске есть все условия для создания комфортного проживания и отдыха туристов. Однако разработка новой содержательной идеи города поможет привлечь еще больше отдыхающих.

### **Список литературы**

1. Хайрутдинов З.Н. Теория ландшафтной архитектуры и методология проектирования: учеб. пособие. – 2-е изд. – М.: Юрайт, 2020; Мичуринск: Изд-во Мичуринского ГАУ. – 239 с.

2. Шокорова Л.В. Стилизация в дизайне и декоративно-прикладном искусстве: учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2020. – 74 с.

Tatiana Viktorovna Bashkirova,  
Senior Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Nizhnekamsk, Russia,  
Tatiana Petrovna Trofimova,  
Senior Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Nizhnekamsk, Russia  
Elena Lavrentieva Matveeva,  
Doctor of Biology, Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## **ARCHITECTURE AND DESIGN OF THE URBAN ENVIRONMENT AS A WAY TO DEVELOP THE TOURISM INDUSTRY**

**Abstract.** Our article examines the factor in the urban environment on the example of the city of Nizhnekamsk. The hospitality industry is diverse and multifaceted. It includes hotels, restaurants, parks, motor transport, travel agencies – everything related to recreation. This area is actively developing, and along with this, competition in the market is growing. Every owner of an institution wants to surprise his guest. One of the most important tools of hospitality is architecture and design.

**Keywords:** architecture, design, hospitality, park, squares, navigation, city, recreation

**УДК 379.837**

Татьяна Михайловна Бердникова,  
доцент,  
заслуженный работник культуры Республики Татарстан,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРОЦЕССОВ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И СОХРАНЕНИЯ НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ НА ТЕРРИТОРИИ ТАТАРСТАНА**

**Аннотация.** Статья посвящена вопросам возрождения народных художественных промыслов, которые существовали на территории Республики Татарстан. Авторы выдвигают гипотезу, что создание специализированных центров и мастерских различных ремесел, особенно в исторических центрах их развития, не только сохранит ценный культурный компонент Республики, его самоидентичность, но и будет способствовать развитию туризма.

**Ключевые слова:** народные художественные промыслы ремесла, Республика Татарстан, развитие туризма, культурные центры, сохранение самоидентичности.

Успешное развитие туризма во многом зависит от привлекательности экскурсионных маршрутов. Для увеличения данного фактора в различных регионах страны стали предлагать посещение мест и событий, связанных с деятельностью народных художественных промыслов, являющихся уникальной частью сложной многоуровневой системы художественной промышленности страны, способствующей сохранению самоидентичности современного общества. Они представлены в формах организации деятельности мастеров, изготавливающих изделия ручным способом по традиционным технологиям и с соблюдением эстетических канонов. При соответствующей степени мастерства, часть созданных предметов, может служить образцами самобытного декоративно-прикладного искусства.

Народные художественные промыслы, привлекали к себе внимание различных ученых, ориентированных на сохранение и развитие народного декоративно-прикладного твор-

чества. Среди них выделяются такие специалисты как В.С. Воронов (1972) [1], А.В. Бакушинский (1981) [2], И.Я. Багуславская [3], В.М. Василенко [4], М.А. Некрасова [5] и др. В их трудах раскрываются проблемы трансляции новым поколениям основ национального культурного кода, сформированного в определенных исторических условиях и отраженного в художественно-творческой деятельности народных ремесленников.

Особенности развития народного ремесленного производства на территории Республики Татарстан изучали этнографы, историки, искусствоведы и культурологи. Одними из первых стали П.М. Дульский (1925) [6], Н.И. Воробьев (1930) [7], Ф.Х. Валеев (2002) [8], Ф.Ш. Хузин (2011) [9] и др. В их публикациях отмечается, что история народного ремесленничества насчитывает на территории Татарстана сотни лет. Ремесленные центры обнаруживались во всех средневековых городах Волжской Булгарии [9, с. 4]. На этапе XIX–XX веков данный вид ручного труда развивался в таких формах организации как: домашнее занятие (без выхода на рынок сбыта), ремесло (с выходом на рынки сбыта) и промысел, предполагающий организованные заказ и рыночный сбыт. Не всякий народный промысел или ремесло можно было отнести к художественному. Лишь тот, в образцах которого проявлялся принцип преемственности, отражающий мироощущение народа. На рубеже XIX–XX вв. в Казанской губернии развивались различные виды народных художественных ремесел. Среди них выделялись уникальная кожаная мозаика (с. Арск) [10], чугунная ковка (с. Чебакса) [12] и керамика (с. Пестрецы) [11] и др., активно транслирующие самобытные эстетические ценности.

Осознание факта, что часть народных художественных промыслов для успешного развития нуждается в поддержке на высоком управленческом уровне произошло еще в императорской России и проявилось в виде открытия школ для подготовки будущих ремесленников, обеспечение специализированных учебных заведений высокопрофессиональными кадрами и сопровождение действующих промыслов консультациями профессиональных художников. Так в с. Пестрецы в 1910 году открылась художественно-ремесленная мастерская гончарного дела. В 1911 году были приглашены дипломированные специалисты Ильинские, супружеская чета керамистов-художников из Петербурга. Им удалось вместе с многочисленными мастерами создать не просто кустарные керамические изделия, а произведения декоративно-прикладного искусства, которые демонстрировались на различных выставках [11, с. 9]. В советское время деятельность ремесленных производств координировалась и поддерживалась в плановом порядке на государственном уровне. Но во времена перестройки (1990-е годы) многие из них пришли в упадок.

В настоящее время вышеперечисленные народные художественные ремесла Татарстана нуждаются в различных мерах поддержки, к которым можно отнести популяризацию на научных и научно-практических форумах, а также практическое применение в сфере туризма [13].

На современном этапе проблемы сохранения и возрождения народных художественных промыслов нашли отражение в государственной политике, в Федеральном законе «О народных художественных промыслах» (1999), в Постановлении Правительства РФ «О регистрации образцов изделий народных художественных промыслов признанного художественного достоинства» (2008) и др. Однако на протяжении длительного времени наблюдается сокращение мастеров художественного ручного труда и соответственно уменьшается количество, созданных ими изделий [15].

Многие специалисты выдвигают гипотезу о том, что включение центров народных художественных промыслов и ремесел в сферу туристической деятельности поможет их сохранению и развитию [14]. С этой целью можно разработать экскурсионно-туристические маршруты для жителей и гостей Татарстана. Один из них может включать село Чебакса, демонстрируя гостям художественную ковку, которой здесь занимались не позднее, чем с конца XVIII в. Изделия чебаксинских мастеров экспонировались на международных и всероссийских выставках рубежа XIX–XX вв. В декоре экстерьера казанских домов указанного этапа, широко применялась чебаксинская ковка, сохранившаяся до наших дней. Другой ин-

тересный маршрут мог бы проходить через с. Рыбная слобода, в котором кружевоплетение на коклюшках развивалось с XVI по XX вв. Мастерицы прошлого выплетали не только кружевные полосы, но и ажурные изделия. В настоящее время с 2015 года, энтузиасты студии «Возрождение» (рук. Р.С. Фаттахова) прикладывают немало усилий для популяризации рыбнослободского кружева.

На территории Татарстана существует еще достаточное количество потенциальных центров народных художественных промыслов, которые могли бы представлять интерес для туристов. Таким образом, получился бы инновационный туристский продукт, стимулирующий в свою очередь, развитие всех уровней сложной системы художественной промышленности республики. Тогда, используя образцы изделий народных художественных промыслов, специалисты-дизайнеры разработали бы достойного уровня типовые модели для изготовления массовой сувенирной продукции и брендов соответствующих районов тем самым, способствуя популяризации национального своеобразия и сохранению самоидентичности современного общества.

### Список литературы

1. Воронов В.С. О крестьянском искусстве. – М.: Советский художник, 1972. – 350 с.: ил.
2. Бакушинский А.В. Исследования и статьи: избранные искусствоведческие труды. – М.: Советский художник, 1981. – 351 с.: ил.
3. Богуславская И.Я. Проблемы традиций в искусстве современных народных промыслов // Творческие проблемы современных народных художественных промыслов. – Л.: Художник РСФСР, 1981. – С. 16–43.
4. Василенко В.М. Народное искусство. Избранные труды о народном творчестве X–XX вв. – М.: Советский художник, 1974. – 294 с.: ил.
5. Некрасова М.А. Народное искусство как часть культуры. Теория и практика. – М.: Изобразительное искусство. – 198 с.: ил.
6. Дульский П.М. Искусство казанских татар, М.: Центральное издательство народов С.С.С.Р., 1925. – 58 с.: ил.
7. Воробьев Н.И. Материальная культура казанских татар. – Казань: Татполиграф, 1930. – 464 с.
8. Валеев Ф.Х. Татарский народный орнамент. – Казань: Чебоксарская типография, 2002. – 295 с.
9. Хузин Ф.Ш. Булгарский город в X – начале XIII вв. – Казань: Изд-во «Мастер-Лайн», 2011. – С. 278.
10. Саттарова Л.И. Казанская узорная кожа: культура и традиции. – Тверь: Твер. Полигр. комб. дет. лит., 2004. – 159 с.
11. Махинин А.Ю. Пестречинский гончарный промысел в контексте истории художественной керамики Казанского края: вторая половина XIX – нач. XX в.: авторефер. дисс. ... канд. ист. наук: 24.00.01. – Казань, 2012. – 20 с.
12. Тимофеева Е.Н. Ремесленное село Чебакса – история и современный этап развития художественнойковки Татарстана / Традиционная и современная культура: история, актуальное положение, перспективы: материалы Межд. практ. конф., 20–21 сентября 2012 г. Пенза – Москва – Минск: Социосфера, 2012. – С. 62–66.
13. Белов М.С. Исчезающие художественные промыслы как инновационный туристский продукт научно-образовательного центра // Вестник СГУТиКД. – № 1(19), 2012. – С. 15–18.
14. Храпцева Н.А. Народно-художественные промыслы в системе современного туризма. – СПб.: Лен-й гос. ун-т им. А.С. Пушкина, 2019. – С. 96–99.
15. Валеева-Сулейманова Г.Ф. Будут ли наши внуки знать, что такое «народные промыслы?» // Татарстан. – 2008. – № 7. – С. 29.

Tatiana Mikhailovna Berdnikova,  
Assistant Professor,  
Honored Worker of Culture of the Republic of Tatarstan,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## THE RELATIONSHIP BETWEEN THE DEVELOPMENT OF TOURISM AND FOLK ARTS AND CRAFTS ON THE TERRITORY OF TATARSTAN

**Annotation:** The article is devoted to the revival of folk arts and crafts that existed on the territory of the Republic of Tatarstan. The authors hypothesize that the creation of specialized centers and workshops of various crafts, especially in the historical centers of their development, will not only preserve the valuable cultural component of the Republic, its identity, but will also contribute to the development of tourism.

**Keywords:** folk arts and crafts, the Republic of Tatarstan, tourism development, cultural centers, preservation of self-identity

УДК 069.272

Тимур Рашидович Валиуллин,  
к. и. н., доцент кафедры дизайна,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия,  
Ольга Сергеевна Кузьмина,  
сотрудник Музея Казанской Иконы,  
Казань, Россия

## МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОВРЕМЕННОГО МУЗЕЯ

**Аннотация:** Новые технологии в музейной деятельности очень быстро развиваются, легко интегрируются и относительно безболезненно приживаются. В данной статье, на примере Музея Казанской Иконы, открытого в 2019 году, приведены варианты мультимедийного и интерактивного контента, который наиболее востребован современными культурными институциями.

**Ключевые слова:** Мультимедийные технологии, цифровые продукты, аудиогиды, сенсорные интерактивные панели и экраны, дополненная и виртуальная реальность (AR и VR), Музей Казанской Иконы.

*«Цель любого музея сегодня – открывать новые приемы,  
при помощи которых мы смогли бы разговаривать  
с публикой об искусстве»*

Зельфира Трегулова,  
генеральный директор Третьяковской галереи

Музей в настоящее время – это уже не только учреждение, привычно занимающееся сбором, изучением, хранением и частичным экспонированием памятников материальной и духовной культуры. Современная музейная деятельность направлена также на работу с аудиторией и вступает в конкуренцию с новыми видами медиа, чтобы посетители выставок имели возможность погрузиться в атмосферу пространства как с традиционной целью культурно-исторического или духовного самообогащения, так и несколько тривиально, ради отвлечения от повседневных забот посредством встречи с заявлено «прекрасным». Таким образом, чтобы сохранить музей как некую специфическую культурную институцию, необходимо адаптировать его ко всем актуальным условиям. Именно поэтому новые технологии в музейной деятельности очень быстро развиваются, легко интегрируются и относительно безболезненно приживаются. Современные музеи постепенно превращаются в территории, где у посетителей появляется все больше возможностей для интеракции, обучения или просто комфортного времяпрепровождения.

Цифровые продукты позволяют и облегчают посетителю получить дополнительную информацию об экспозиции непосредственно в залах музея.

В данной статье, на примере Музея Казанской Иконы, открытого в 2019 году, мы стараемся кратко разобрать без каких вариантов мультимедийного и интерактивного контента не обходится ни один музей, претендующий на термин «современный».

#### **Аудиогиды.**

С помощью аудиогидов каждый посетитель имеет возможность изучить экспозицию по своему индивидуальному маршруту в формате «сам себе экскурсовод», а кроме того, в своем темпе и выбранном объеме сопровождающей его дополнительной информации. Для удобства пользователей в Музее Казанской Иконы были заранее проработаны и внедрены несколько маршрутов. Возможно прослушать сокращенную версию и обойти музей по короткому 30-минутному маршруту, либо не торопясь задержаться у каждого экспоната, знакомясь с его историей. Последний маршрут пользуется спросом у более «подготовленной» публики и занимает около трех часов. Немаловажным является наличие в аудиогиде нескольких языковых версий.

#### **Сенсорные интерактивные панели и экраны.**

На сегодняшний день подобный вид мультимедийного оборудования является наиболее часто встречающимся и актуальным для внедрения в музей. Благодаря таким панелям посетители могут осуществить самостоятельный выбор интересующей их тематики. Подобные инструменты взаимодействия всегда привлекают внимание целевой аудитории, особенно в возрастном диапазоне 16–25 лет.

#### **Дополненная и виртуальная реальность (AR и VR).**

Названные технологии побуждают человека к совершению различных действий во время получения информации. Они расширяют возможности работы с музейными экспозициями, приносят оттенок интерактивности. Таким образом, «посетитель превращается в активного участника и «соавтора» репрезентуемых историко-культурных событий. Все это усиливает иммерсивный эффект, способствует улучшению восприятия информации. Данное обстоятельство благотворно отражается на повышении культурно-образовательной функции музеев и привлечении новых посетителей» [1, с. 14]. Гости Музея Казанской Иконы при помощи 3D-перископа имеют возможность погрузиться в виртуальную реальность, увидеть Казань глазами ее жителей второй половины XIX века. Данная технология также позволила расширить информационное музейное пространство.

На сайте музея представлен **VR-тур** по залам и экспозициям. Помимо актуальности подобного контента, **VR-тур** является хорошим дополнением к программе «доступная среда», так как маломобильные граждане получают возможность в полной мере обозреть пространство музея в хорошем качестве благодаря эффекту присутствия. Этот тур может также выступать в качестве промоакции для тех, кто сомневается в необходимости очного посещения.

#### **Детализированный исторический макет.**

В Музее Казанской Иконы макет-диорама территории Казанского Богородицкого монастыря и прилегающих к нему улиц выполнен с высокой степенью точности. В процессе созерцания и изучения выполненных в масштабе небольших, но достоверных копий отдельных зданий и предметов зритель поражается детализации, изобразительной тщательности и вместе с тем получает подробную информацию о сущности изображаемого [2, с. 82]. Получение такой информации имеет большое значение как для профессионального художника, дизайнера, архитектора, так и для массового зрителя, в том числе для туристов. В данном случае исторический макет сопровождается информацией на сенсорных панелях и дополненной реальностью, что делает его еще более привлекательным и доступным для посетителей всех возрастов.

Несмотря на быстрое внедрение в музеях интерактивных и мультимедийных продуктов необходимо помнить, что основная их функция – это помогать, а не замещать, тем самым рекомендуется соблюдать разумный рациональный баланс между наполненностью новыми технологиями и непосредственно самими экспозиционными материалами или памятниками культуры, которые должны составлять ядро и занимать основное пространство музея.



## Список литературы

1. Степанов М.А., Хоршев Д.В., Елесин С.С. Внедрение технологий дополненной реальности в музейные экспозиции // Гуманитарная информатика. – Томск, 2017. – № 13. – С. 12–20.
2. Кожуховский А. Н. Значение архитектурного макета и диорам в демонстрации исторических достопримечательностей // Сервис PLUS. – 2016. – Т. 10. – № 16. – С. 77–83.

Timur Rashidovich Valiullin,  
PhD, Assistant Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia,  
Olga Sergeevna Kuzmina,  
employee of the Kazan Icon Museum,  
Kazan, Russia

## MULTIMEDIA TECHNOLOGIES OF THE MODERN MUSEUM

**Abstract.** New technologies in museum activities are developing very quickly, are easily integrated and relatively painlessly take root. In this article, using the example of the Kazan Icon Museum, opened in 2019, the variants of multimedia and interactive content that are most in demand by modern cultural institutions are presented.

**Keywords:** Multimedia technologies, digital products, audio guides, touch interactive panels and screens, augmented and virtual reality (AR and VR), Kazan Icon Museum

УДК 069.017

Тимур Рашидович Валиуллин  
к. и. н., доцент кафедры дизайна  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова  
Казань, Россия  
Ксения Васильевна Бабушкина  
сотрудник Музея Казанской Иконы  
Казань, Россия

## РОЛЬ ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В МУЗЕЙНОМ ТУРИЗМЕ (НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЯ КАЗАНСКОЙ ИКОНЫ)

**Аннотация:** Использование электронных средств массовой информации в деятельности музеев на сегодняшний день стремительно растет. В данной статье приведен краткий анализ необходимости музейного присутствия в интернет-пространстве.

**Ключевые слова:** электронных средств массовой информации, анализ аккаунта, цифровые носители, Музей Казанской Иконы

В XXI веке существенно меняется миссия музеев во всем мире. Мировая практика показывает, что музей – это не только «замороженный храм» поклонения искусству, место распространения информации и обучения, но и место культурного обмена, общения и времяпрепровождения. Развитие данных институций идет по пути превращения их в комплексные культурно-исторические центры досуга и межкультурной коммуникации.

Важным фактором в жизни музея являются посетители, среди которых выделяются горожане и туристы. А. Ляшко отмечает, что «в индустрии туризма оформился новый тип туриста: хорошо информированный, искушенный, независимый, критически относящийся к предлагаемым туристским услугам» [1]. Обращают на себя внимание следующие качества у туристов «нового типа»: избирательность, требовательность к предложениям, ориентирован-

ность на самостоятельное построение программы путешествия, проявление индивидуальности. Соответственно, исходя из портрета и запросов современного посетителя к специалистам музейного сервиса выдвигаются новые требования: помимо знаний, навыков профессионального общения, добавляется маркетинг музейного предложения, а также важное значение приобретает репрезентация музея в цифровой среде.

На сегодняшний день использование электронных средств массовой информации в деятельности музея набирает обороты: интернет-активность музея, собственные онлайн-страницы и аккаунты в соцсетях, цифровые носители в дополнение к каталогу выставки. Тенденция такова: не только крупнейшие музеи мира, такие как Лувр, Эрмитаж, Третьяковская галерея, Нью-Йоркский музей современного искусства (МоМА), но и совсем небольшие проводят информационную, просветительскую кампанию на своих аккаунтах в различных социальных сетях. Это подтверждает П. Куринских, говоря о высокой значимости социальных сетей в сфере культуры и искусства [2].

Причина музейного присутствия в интернет-пространстве обосновывается рядом преимуществ:

- во-первых, продвижение культурного и исторического достояния;
- во-вторых, возможность осуществления просветительских и образовательных программ;
- в-третьих, расширение аудитории;
- в-четвертых, продвижение услуг;
- в-пятых, осуществление межкультурной коммуникации музея и его посетителей.

Так, Музей Казанской Иконы активно использует социальные сети не только для демонстрации коллекции, оповещении об уже идущих и предстоящих лекциях, информации о мастер-классах и иных мероприятиях, но также для различных видов взаимодействия со своей аудиторией. Проведя сравнительный анализ аккаунта музея в одной из социальных сетей (данные табл. 1), мы можем заметить интерес к профилю, который выражается ростом подписчиков (+ 645). Критериями лояльности аудитории выступают такие показатели, как «количество лайков», «количество репостов», «количество сохранений», «количество комментариев», которые заметно увеличились по отношению к прошлому году. Они демонстрируют вовлеченность аудитории, симпатию к контенту и дают представление о характере обратной связи от подписчиков.

Таблица 1

### Сравнительный анализ аккаунта в одной из соцсетей Музея Казанской Иконы

Кол-во	Ноябрь, 2021	Сентябрь, 2022
Кол-во подписчиков	1 243	1 888
Кол-во лайков	378	1 369
Кол-во комментариев	8	27
Кол-во репостов	8	48
Кол-во сохранений	38	138

Таким образом, ведение музейных аккаунтов в социальных сетях значительно расширяет аудиторию, дает возможность развернуть коммуникацию между настоящими и потенциальными клиентами, установить партнерство, повысить узнаваемость бренда на начальном этапе.

### Список литературы

1. Ляшко А.В. Музейный туризм в России. Эволюция формата // Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения. 2012. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzeyny-turizm-v-rossii-evolyutsiya-formata> (дата обращения: 17.10.22).

2. Куринских П.А. Перспективы развития социальных сетей в деятельности музеев РАН // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2021. – № 54. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-sotsialnyh-setey-v-deyatelnosti-muzeev-ran> (дата обращения: 17.10.22).

Timur Rashidovich Valiullin,  
PhD, Assistant Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia,  
Ksenia Vasilyevna Babushkina,  
Employee of the Kazan Icon Museum,  
Kazan, Russia

### THE ROLE OF ELECTRONIC MASS MEDIA IN MUSEUM TOURISM (ON THE EXAMPLE OF THE MUSEUM OF KAZAN ICONS)

**Abstract.** The use of electronic mass media in the activities of museums is currently growing rapidly. This article provides a brief analysis of the need for a museum presence in the Internet space.

**Keywords:** electronic mass media, account analysis, digital media, Kazan Icon Museum

УДК 379.821

Ирина Юрьевна Евлампиева  
студент  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова  
Казань, Россия

### МЕТОДИКА ВЫПОЛНЕНИЯ ПЕЙЗАЖА В ГРАФИЧЕСКОЙ ТЕХНИКЕ: СУХАЯ ПАСТЕЛЬ С ЦЕЛЬЮ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИНТЕРЕСА

**Аннотация.** В данной статье содержатся сведения о пастели, способах ее применения. Описывается опыт овладения техникой пастели участников мастер-класса, не профессиональных художников как материала более удобного для первичного освоения живописных техник.

**Ключевые слова:** пастель, мастер-класс, методические указания работы с пастелью

Казань – исторический и культурный центр Поволжья, который с каждым годом становится все более привлекательным для туристов. К нам приезжают с разных уголков нашей огромной страны, а также и из-за рубежа. Тысячелетняя история нашего города, его мифы и легенды притягивают и завораживают туристов. Кроме посещения музеев и исторических мест Казани, гостям нашей столицы хочется прикоснуться к культуре и искусству. Одним из таких мероприятий стал мастер-класс: «Методика выполнения пейзажа в графической технике: сухая пастель».

Он был проведен на площадке выставочного комплекса «Казанская Ярмарка» по адресу ул. Оренбургский тракт, 8, г. Казань, Республика Татарстан. Проведение данного мастер-класса стало возможным благодаря знаниям и навыкам, полученным на одном из занятий по дисциплине «Академическая живопись». Был приобретен неоценимый опыт проведения мастер-класса в рамках дисциплины.

Тема: Проведение мастер-класса «Методика выполнения пейзажа в графической технике сухая пастель».

Введение: Мастер-класс с использованием сухой пастели.

Пастель – прессованный пигмент со связующим веществом. По своей консистенции пастельные мелки подходят для написания пейзажей и натюрмортов на бумаге. Мелки бывают твердые, мягкие и ультрамягкие. При написании пастелью можно добиться нежных, светлых, мягких и бархатистых оттенков. Усвоить эту красивую технику сможет любой желающий [1].

Пастель имеет богатую палитру оттенков – от мягких приглушенных до ярких и насыщенных. Приобрести пастель можно как в наборе, так и поштучно. В наборах могут присутствовать как разноцветные мелки, так и градации оттенков одного цвета. Пастель бывает в виде мелков, карандашей, т. е. тот же прессованный пигмент со связующим веществом, только в деревянном корпусе [2].

Учебная цель: познакомиться с графическим материалом пастель; изобразить пейзаж в технике сухая пастель.

Воспитательно-образовательные задачи:

1. Дать возможность понять закономерности и пластические особенности техники пастель.

2. Отработать технические навыки написания пастелью на бумаге.

3. Развивать воображение, память и творческие способности.

4. Воспитать наблюдательность и аккуратность.

5. Освоить принципы последовательности ведения рисунка.

Инструменты и материалы: Бумага для пастели (формат А4), сухая пастель (набор 36 цветов), растушевка, карандаш чернографитный, ластик (клячка), фиксатор (лак для закрепления пастели), тряпочка (влажные салфетки).

Ход работы:

1. Подготовить рабочее место: разложить используемые материалы, закрепить на стенде образцы работ (референсы).

2. Выполнить пейзаж сухой пастелью. Нужно начинать с нанесения контура белым или светло-бежевым мелком. Намечаем линию горизонта, затем делаем контур основных объектов. Закрашиваем основной фон, расставив основные тона.

3. Для достижения лучшего эффекта нужно использовать принцип растушевывания с помощью специальной бумажной растушевки или используя пальцы.

4. Далее углубить тени и свет, подчеркивая текстуру объекта. Этого можно добиться с помощью штрихов, точек, мазков одного цвета на другой.

5. После завершения работы необходимо обработать рисунок с помощью специального лака-фиксатора. Он защитит работу от осыпания и смазывания и позволит сохранить ее в первозданном виде на длительное время.

Заключение.

Результат:

Пастель – это мягкий, удобный, податливый графический материал, который можно использовать как самостоятельный, так и с другими графическими материалами. Он подходит для начинающих, так как легок в освоении, удобен для пленэрных видов работ, для быстрых набросков, для зарисовок флоры, фауны, портретов.

Обучающийся должен:

- иметь представление о теории работы с пастелью;
- знать особенности использования мягкого материала в работах;
- уметь применять полученные знания на практике.

В своих возрастных группах учащиеся справились с заданием:

– 7–12 лет- выполнили натюрморт в технике сухая пастель с добавлением своих элементов;

– 12–18 лет – выполнили пейзаж по референсу в технике сухая пастель с добавлением своих элементов;

– старше 18 – выполнили пейзаж по референсу в технике сухая пастель.

Методические указания по работе с данными художественными материалами:

Туристы, посетившие этот мастер-класс, остались очень довольны, им понравилась доброжелательная атмосфера, царящая на данном мероприятии. Они расширили свой кругозор, узнали много для себя нового, научились создавать пейзажи в графической технике «сухая пастель». Туристы после посещения мастер-класса приобрели не только знания и навыки, но и прекрасное настроение, душевную теплоту, новых друзей. Теперь из поездок они

смогут привозить на память не только фотографии, но и картины собственного исполнения. Тем более, что материалы удобно брать с собой. Они легкие, компактные, не займут много места в багаже.

Жители нашего города доброжелательны и гостеприимны. Они оказывают теплый прием туристам, который их очень радует. Такое отношение людей оставляет неизгладимое впечатление о нашем городе и его жителях. Гостеприимство казанцев способствует тому, что туристы, посетившие хоть раз наш город, стремятся вернуться сюда вновь.

### Список литературы

1. Скакова А. Г. Рисунок и живопись [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Юрайт, 2020. – 164 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/456665> (дата обращения: 23.11.22).
2. Киплик Д. И. Техника живописи [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Юрайт, 2020. – 472 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/455861> (дата обращения: 23.11.22).
3. Коробейников В.Н. Академическая живопись [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.Н. Коробейников, А.В. Ткаченко; Кемеровский государственный институт культуры. – Кемерово: КемГИК. 2016. – 151 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041745> (дата обращения: 23.11.22).
4. Коробейников В.Н. Академическая живопись [Электронный ресурс]: практикум. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2017. – 60 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041676> (дата обращения: 23.11.22).
5. Григорян М.Е. История искусств: конспект лекций. Часть I [Электронный ресурс]: конспект лекций. – Таганрог: Южный федеральный университет, 2016. – 106 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/996768> (дата обращения: 23.11.22).
6. Печенкин И. Е. Русское искусство XIX века [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2019. – 360 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002669>
7. Лукина И.К., Кузьменко Е.Л. Рисунок и живопись [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – Воронеж: ВГЛУ им. Г.Ф. Морозова, 2013. – 76 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/858315> (дата обращения: 23.11.22).
8. Титова Е.А. Академическая живопись: методическое пособие [Электронный ресурс]: методическое пособие. – Казань: Изд-во «Познание» Казанского инновационного университета, 2020. – 66 с. – URL: [https://edu.ieml.ru/pluginfile.php/505729/mod\\_resource/content/1/Титова%20Е.А.%20Академическая%20живопись%20методическое%20пособие.pdf](https://edu.ieml.ru/pluginfile.php/505729/mod_resource/content/1/Титова%20Е.А.%20Академическая%20живопись%20методическое%20пособие.pdf) (дата обращения: 23.11.22).

Irina Yurievna Evlampieva,  
Student,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### METHODS OF PERFORMING A LANDSCAPE IN GRAPHIC TECHNIQUE: DRY PASTEL WITH THE PURPOSE OF ATTRACTING TOURIST INTEREST

**Abstract.** This article contains information about pastels, methods of its application. The experience of mastering the pastel technique of the participants of the master class, not professional artists, is described as a material more convenient for the initial development of painting techniques.

**Keywords:** pastel, master class, guidelines for working with pastels

Даниил Дмитриевич Ефимов,  
ст. преподаватель,  
руководитель лаборатории архитектуры и дизайна при кафедре дизайна,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ПРОЕКТИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА СТУДИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛИНАРИИ ИМЕНИ ЮНУСА АХМЕТЗЯНОВА В РАМКАХ ПРОЕКТНОЙ ЛАБОРАТОРИИ ПРИ КАФЕДРЕ ДИЗАЙНА КИУ

**Аннотация.** *Постановка задачи.* Создание кулинарной студии становится все более привлекательным с точки зрения бизнеса, на сегодняшний день данная тема набирает популярность в среде профессионального сообщества. «Кулинарная студия» – наиболее актуальный и современный формат для определения инновационных, передовых поисков в области кулинарии. Вместе с тем сегодня ставится задача развивать национальную кулинарию на мировом уровне индустрии общественного питания.

Цель – выявить проектную основу для методических рекомендаций практического характера по архитектурно-пространственной организации интерьера кулинарных студий на примере проекта студии Национальной кулинарии имени Юнуса Ахметзянова реализованного в рамках проектной лаборатории при кафедре дизайна КИУ.

*Результаты.* Основные результаты исследования состоят в совокупности выявленных архитектурно-художественных приемов организации интерьерного пространства кулинарных студий, способов пространственного зонирования, организации полифункционального кулинарного пространства а также в выявлении дизайнерских приемов формирования современного интерьера в национальном стиле.

*Выводы.* Значимость полученных результатов для архитектуры и дизайна среды состоит в том, что выявленные приемы могут стать практической основой для формирования проектных принципов организации кулинарных студий. Основу архитектурно-планировочной организации кулинарной студии составляет полифункциональное пространство, трансформируемое для учебной, профессиональной и развлекательно-развивающей функций. В дизайне интерьера удалось подчеркнуть уникальность и инновационный характер пространства кулинарной студии с ее передовым оборудованием, способствующих развитию кулинарии в гармоничном сочетании современных мировых трендов и лучших традиций – создать современный национальный интерьер. На фоне признания Казани гастрономической столицей России, Кулинарная студия КИУ – становится эпицентром возрождения национального кулинарного творчества, лабораторией для совершенствования прикладных компетенций технологов в области питания, площадкой для гастрономических мероприятий и для диалога образования и бизнеса.

**Ключевые слова:** студия национальной кулинарии, Юнус Ахметзянов, архитектурно-пространственная организация кулинарной студии, дизайн-концепция пространства кулинарной студии, кухня-шоурум, средовой подход, контекстуализм, современный национальный интерьер

Современное развитие кулинарии связано с возникновением новых, прогрессивных форматов, отражающих инновационную направленность данного вида профессиональной деятельности. Создание кулинарной студии, лаборатории или салона – становится все более привлекательным с точки зрения бизнеса, на сегодняшний день данная тема остается в тренде и только набирает популярность в среде профессионального сообщества. «Кулинарная студия» – современный формат для определения передовых и наиболее эффективных поисков в области кулинарии. Профессионалы гастрономического искусства могут использовать возможности кулинарной студии в следующих направлениях: обучение, творческие изыскания, повышение профессиональной квалификации, закрепление новых профессиональных навыков.

Кулинарные студии в России появились сравнительно недавно. За последнее десятилетие их популярность в крупных российских городах значительно возросла. Об актуальности пространств кулинарной и гастрономической направленности красноречиво говорит статистика посещений кулинарных мастер-классов. «Так, в Москве только за 2015 год на кулинарных мастер-классах побывало около 55 тысяч человек, из них 25 тысяч пришли в одну из самых крупных студий Culinaryon [1]» [2]. Несмотря на популярность такого рода студий, будь то в Москве, Санкт-Петербурге или в Казани, данные кулинарные студии как правило, ориентированы узко профессионально и зачастую находятся в разных местах. В связи с этим создание полифункционального пространства в кулинарной студии становится наиболее востребованным, а значит и наиболее актуальным решением.

«Современная кулинарная студия должна быть ориентирована на широкий потребительский кластер. Мероприятия в кулинарных студиях посещают люди самых разных профессий от банкиров до студентов. Гостями мастер-классов чаще всего бывают женщины: их 75 %, на долю мужчин, соответственно, приходится 25%. Средний возраст участников – от 25 до 35 лет. Актуальность и востребованность пространства кулинарной студии обеспечена большой вариативностью процессов. Предметно-пространственная организация кулинарной студии должна реализовать не только возможность приготовления пищи, но и организацию таких функциональных процессов, как презентационное мероприятие, повышение и совершенствование профессиональных навыков, нетворкинг и неформальное общение» [2].

На XIV Форуме «Деловые партнеры Татарстана» Казанский инновационный университет совместно с ресторанным комплексом «Татарская усадьба» представил концепцию создания кафедры национальной кулинарии и представил ее Главе Республики Татарстан. Рустам Минниханов высоко оценил идею создания кафедры национальной кулинарии на базе КИУ [3]. «Мы долго шли к созданию площадки, где теория могла бы переплестись с практикой прямо в стенах университета ... у нас есть учебная лаборатория, но то, что мы запланировали, – это совершенно другой уровень в области подготовки кадров для национальной кулинарии. Мы готовим кадры с акцентом на татарскую национальную кухню и убеждены, что через нее сохраняются традиции, история, культура любого народа», – отметила Асия Витальевна Тимирясова – ректор Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирясова на презентации совместной идеи [4]. Ректор КИУ А. В. Тимирясова подчеркнула, что вуз готовит кадры для сферы общественного питания уже более 15 лет. И для того чтобы Казань соответствовала высокому статусу гастрономической столицы России, необходимо придерживаться современных направлений приготовления и оформления кулинарной продукции [5].

18 июня 2021 года в Казанском инновационном университете имени В. Г. Тимирясова открылась уникальная студия национальной кулинарии имени Юнуса Ахметзянова. В ее концептуальной основе – симбиоз любви к традициям народной кухни и передовых технологий. Разработанная в сотрудничестве ученых, производителей инновационного оборудования и студентов КИУ Лаборатория, призвана сохранить наследие татарской кулинарии и придать ей современное звучание [6]. «Казанская студия – единственная в своем роде во всей России, с уклоном в национальную кухню, – подчеркнул шеф-повар компании Rational Рамиль Ахметов [5].

В 2021 году на кафедре дизайна была образована новая проектная лаборатория – лаборатория архитектуры и дизайна, в рамках которой студенты-дизайнеры получают профессиональные навыки на практике и воплощают свои идеи под наставлением практикующих архитекторов. Первым заказом, выполненным проектной лабораторией при кафедре дизайна КИУ, стал дизайн интерьера Студии Национальной кулинарии, открытой в 2021 году в КИУ.

Первая в России Студия Национальной кулинарии имени Юнуса Ахметзянова – это современная и уникальная кулинарная лаборатория, разработанная учеными, производителями инновационного оборудования и студентами. Пространство носит имя легендарного советского кулинара Юнуса Ахметзянова. Ю. Ахметзянов в 1960-70-е годы по крупицам воссоздал татарскую кухню в стенах Дома татарской кулинарии. Во вновь созданной студии учатся современным технологиям студенты КИУ факультета Гостеприимства и дизайна и пред-

ставители ресторанного бизнеса [7]. Сегодня студия – востребованное многофункциональное пространство для проведения мастер классов квалифицированными шеф-поварами, образовательных и просветительских мероприятий, приема гостей во время проведения международных конференций. О востребованности студии как общественной площадки свидетельствует и множество мероприятий, которые там проводятся:

- Мастер-классы по приготовлению блюд и сервировке стола;
- Кухня народов мира от лучшего шеф-повара ресторана «Марусовка» Рустама Рахимова. (Он является шефом-года 2020–2021 по версии Where to eat);
- Повышение квалификации в кулинарии и профессиональная переподготовка;
- Здоровое и функциональное питание – «ликбезы» и лекции;
- Правила этикета – лекционный и практический курс.

Функциональное наполнение современных кулинарных студий достаточно разнообразно и ему должно соответствовать пространство, одновременно подходящее для презентаций, обучения, MeetUp, нетворкинга и неформального общения. В результате предпроектного исследования были определены три основных функции современной кулинарной студии: а именно профессиональная, учебная и развлекательная. Однако на сегодняшний день не выработаны единые методические рекомендации по проектированию и созданию подобных полифункциональных пространств.

Над дизайном студии национальной кулинарии работали студенты кафедры дизайна КИУ в рамках проектной лаборатории [8]. Творческая группа студентов работала над проектом кулинарной студии и участвовала в его реализации. В виду уникальности и беспрецедентности самой идеи подобной Студии Национальной кулинарии, не имеющей аналогов в России, перед нами были поставлены отнюдь нетривиальные задачи:

– **создать современное, функциональное пространство для обучения кулинарному искусству**, которое могло бы совместить технологические процессы на кухне с учебной практикой, использоваться для проведения лекций и мастер-классов от шеф-поваров, а также смогло бы вместить в себя большое количество новейшего оборудования (с возможностью онлайн-трансляции);

– **создать современный национальный интерьер студии Национальной кулинарии** – стало для команды проектной лаборатории сверхзадачей проекта. Это нашло отражение в гармоничном, естественном соединении традиций и современных мировых трендов в дизайне интерьера, сформированных в напряженной творческой работе. Ребята участвовали в полном цикле дизайнерских разработок – от замеров помещения, поисковых эскизов и первых идей до разработки и утверждения дизайн-проекта, а также работ по подбору материалов, колоров, фактур – которые мы подбирали вместе с ребятами.

– **выразить идею гостеприимства в дизайне интерьера студии Национальной кулинарии через художественный образ**. Основой дизайн-концепции пространства стало представление Студии национальной кулинарии как кухни-шоурума, где, занимаясь приготовлением различных блюд, повар, выхваченный светом софитов, становится Артистом, превращая свой рабочий процесс в кулинарный Арт, в кулинарное искусство. Таким образом, главным объектом интерьера, его композиционным центром и смысловой доминантой становится демонстрационный стол-остров.

Наша команда выработала дизайн-концепцию пространства Студии Национальной кулинарии как кухни-шоурума, где, занимаясь приготовлением различных блюд, повар превращает рабочий процесс в кулинарное искусство. Идеи, заложенные в интерьер, выражают понимание казанского гостеприимства через стилистику, колористику и декоративное решение деталей. Как отметил портал «Образование в России»: «Стильный хай-тек и национальные мотивы подчеркивают любовь к народным традициям и высокую технологичность студии КИУ» [9].

«В ходе предпроектного анализа была определена взаимосвязь соответствующих архитектурно-пространственных решений, тяготеющих к выявленным функциональным процессам. Так, например, функциональный процесс, связанный с совершенствованием профессиональных навыков, должен быть обеспечен пространством мастерской, лаборатории и обе-



денного зала, имеющими соответствующее кулинарное оборудование. Вместе с этим любая современная студия, активно формирующая социальное общественное пространство, не может быть ориентирована только на такую функциональную программу. По этой причине необходима единовременная организация и других помещений с целью обеспечения востребованности данной студии. Таким образом, полифункциональное пространство является обязательным элементом для получения внимания от потребителей» [2].

В результате, необходимо организовать пространство так, чтобы в одном интерьере реализовывались профессиональная, обучающая и развлекательная функции. Таким образом, «в кулинарной студии должны быть совмещены такие элементы, как учебный класс, лаборатория, мастерская, коворкинг, демонстрационный зал. Следовательно, при проектировании общего пространства студии – кулинарного зала, – необходимо учитывать проектные параметры именно этих пространств. Также определяющие факторы при организации интерьера как основных архитектурно-пространственных приемов – возможность перемещения оборудования и динамичность пространства» [2].

Дизайн студии выполнен в **индустриальном стиле**: открытый бетонный потолок, металлические поверхности, бетонная фактура напольного покрытия. Сделано это неслучайно. Повар Юнус Ахметзянов сравнивал работу повара с работой металлурга в горячем цехе. Само поварское оборудование становится значимым художественным элементом и украшением интерьера. Как известно, главным атрибутом домашнего кухонного пространства в татарском доме была печь. Именно в ней готовились все татарские национальные блюда. Время не стоит на месте, и сегодня татарскую печь заменяет пароконвектомат, по своей мощи не уступающий деревенской печке. Главенствующую роль этого центрального элемента традиционного татарского жилища символизирует белый глазурованный керамический кафель – традиционный материал отделки печей, который применили в зоне приготовления пищи. **Белое пространство** кухни символизирует собой не только чистоту – требование гигиены, но как чистый лист бумаги являет собой точку отсчета развития будущей задумки Повара-художника, сочиняющего новый кулинарный шедевр.

Лекционная зона со **свободной планировкой** позволяет переключать внимание аудитории с экрана на демонстрационный стол, а также быстро трансформируется в пространство для проведения мастер-классов.

В образовательном процессе студентов бакалавриата направления дизайн-среды немаловажную роль играет приобщение к национальным традициям и культуре Татарстана. В учебную программу включены архитектурные экскурсии по исторической части города Казани, а Старотатарская слобода – излюбленное место для проведения пленэрной практики по живописи и рисунку. Летние зарисовки со студентами вдохновили нас на идею отразить в художественном образе интерьера студии, в его декоративном, колористическом решении то национальное, культурное своеобразие, которое придает Старотатарской слободе ее уникальную атмосферу, делает ее жемчужиной исторической среды Казани.

Для нас также был важен городской «контекст», «дух места», поэтому территориальное расположение кулинарной студии (в составе университетского кампуса по ул. Московской) – в исторической застройке Старотатарской слободы – сыграло решающую роль в формировании дизайн-концепции интерьера, основанной на «средовом» подходе. Это нашло отражение в гармоничном, естественном соединении традиций, принципов контекстуализма и современных мировых трендов в дизайне интерьера:

– Цветовая палитра интерьера, сочетающая нейтральные природные оттенки камня, дерева и акцентные цвета: желтый и зелено-бирюзовый, также относятся к **традиционным характеристикам** татарского жилого дома.

– Использование деревянной рейки в отделке интерьера студии – не только дань актуальным трендам современного дизайна – структурная отделка деревянной рейкой в виде полос, ромбов и зигзагов стилизована под обшивку досками татарского жилого дома. Подобный архитектурный орнамент в виде полос, а также ромбовидной и зигзагообразной формы с чередованием цветов имеет в традиционной культуре татар очень глубокие корни [10].

– Скамья вдоль окон – это сяке, второй, после печи, элемент в традиционном татарском жилище.

– Отделка стен глазурованной плиткой – кабанчиком – отсылает нас к традиционному материалу отделки печей в татарском доме – керамическому кафелю.

– Архитектурный орнамент с чередованием цветов в виде полос, ромбов и зигзагов имеет в традиционной культуре татар очень глубокие корни.

– Особое внимание уделено освещению студии. Зигзагообразная форма светильников – это не только тренд современного дизайна, но это и символ момента творческого озарения, импульса созидательной творческой энергии человека-творца – повара, артиста, художника.

В дизайне интерьера данного пространства удалось подчеркнуть уникальность и инновационный характер кулинарной студии с ее передовым оборудованием, способствующих развитию кулинарии в гармоничном сочетании современных мировых трендов и лучших традиций – **создать современный национальный интерьер** [11].

На фоне признания Казани гастрономической столицей России, Кулинарная студия КИУ – становится эпицентром возрождения национального кулинарного творчества и площадкой для гастрономических мероприятий. По мнению региональных экспертов проекта «Единая Россия» «Новая школа», студия национальной кулинарии имени Юнуса Ахметзянова может стать лабораторией для совершенствования прикладных компетенций технологов в области питания, и площадкой для диалога образования и бизнеса [12].

#### Список литературы

1. Как создать самую крупную кулинарную студию в Европе. URL: <https://telegra.ph/Kak-sozdat-samuyu-krupnyuyu-kulinarnuyu-studiyu-v-Evrope-10-08> (дата обращения: 03.11.22).

2. Бурова Т. Ю., Сабирзянова А. Р. Архитектурно-пространственная организация кулинарных студий: тенденции, способы, приемы // Известия КГАСУ. 2020. № 3 (53). С. 108–118.

3. Президент Республики Татарстан Рустам Минниханов высоко оценил идею создания кафедры национальной кулинарии на базе КИУ [Электронный ресурс]. – URL: <https://russiaedu.ru/vuz/16/ieml/news/prezident-respubliki-tatarstan-rustam-minnikhanov-vysoko-otsenil-ideiu-sozdaniia-kafedry-natsionalnoi-kulinarii-na-baze-kiu> (дата обращения: 03.11.22).

4. Юхновская О. Как завещал легендарный Ахметзянов: кафедра национальной кухни в казанском вузе. Газета «Вечерняя Казань» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.evening-kazan.ru/articles/kak-zaveshchal-legendarnyy-ahmetzyanov-kafedra-nacionalnoy-kuhni-v-kazanskom-vuze> (дата обращения: 03.11.22).

5. Казанский инновационный университет открыл студию национальной кухни. Татаринформ (Tatar-inform) электронное периодическое издание [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tatar-inform.ru/news/kazanskii-innovacionnyi-universitet-otkryl-studiyu-nacionalnoi-kuhni> (дата обращения: 03.11.22).

6. Студия национальной кулинарии имени Юнуса Ахметзянова открылась в Казани. Официальный портал города Казани [Электронный ресурс]. – URL: <https://kzn.ru/meriya/press-tsentr/novosti/studiya-natsionalnoy-kulinarii-imeni-yunusa-akhmetzyanova-otkrylas-v-kazani/> (дата обращения: 03.11.22).

7. Студия Национальной кулинарии имени Юнуса Ахметзянова. Сайт КИУ им. В. Г. Тимирязова [Электронный ресурс]. – URL: <https://ieml.ru/studiya-natsionalnoy-kulinarii-imeni-yunusa-akhmetzyanova/> (дата обращения: 03.11.22).

8. В КИУ открылась первая в России студия Национальной кулинарии. Официальный портал Республики Татарстан. Министерство образования и науки Республики Татарстан. – URL: <https://mon.tatarstan.ru/index.htm/news/1987266.htm> (дата обращения: 03.11.22).

9. В КИУ открылась долгожданная, первая в России студия Национальной кулинарии имени Юнуса Ахметзянова. портал Образование в России [Электронный ресурс]. – URL:

<https://russiaedu.ru/vuz/16/ieml/news/v-kiu-otkrylas-dolgozhdannaia-pervaia-v-rossii-studiia-natsionalnoi-kulinarii-imeni-iunusa-akhmetzianova> (дата обращения: 03.11.22).

10. Аитов Р. Р., Афанасьева Е. А. Происхождение принципа чередования цветов в традиционной татарской архитектурной колористике // Известия КазГАСУ. – 2018. – № 1(43). – С. 7–18.

11. Ефимов Д.Д. Фахрутдинова И.А. Студии национальной кулинарии – современный национальный интерьер // Вести университета. – 2021. – № 6 (280). – С. 6.

12. В Казани открылась студия национальной кулинарии. проекта «Единая Россия» «Новая школа» [Электронный ресурс]. – URL: <https://tatarstan.er.ru/activity/news/v-kazani-otkrylas-studiya-nacionalnoj-kulinarii> (дата обращения: 03.11.22).

Daniil Dmitrievich Yefimov,  
Senior Lecturer,  
Head of the Laboratory of Architecture and Design at the Department of Design,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### **DESIGN AND IMPLEMENTATION OF THE PROJECT OF THE YUNUS AKHMETZYANOV NATIONAL CULINARY STUDIO WITHIN THE FRAMEWORK OF THE DESIGN LABORATORY AT THE DEPARTMENT OF DESIGN OF KIU**

**Abstract.** Problem statement. The creation of a culinary studio is becoming more and more attractive from the point of view of business, today this topic is gaining popularity among the professional community. "Culinary Studio" is the most relevant and modern format for determining innovative, advanced searches in the field of cooking. At the same time, today the task is to develop national cooking at the global level of the catering industry.

The purpose is to identify the design basis for practical methodological recommendations on the architectural and spatial organization of the interior of culinary studios on the example of the Yunus Akhmetzyanov National Culinary Studio project implemented in the framework of the design laboratory at the Department of Design of the KIU.

Results. The main results of the study consist in the combination of identified architectural and artistic techniques for organizing the interior space of culinary studios, methods of spatial zoning, organization of multifunctional culinary space, as well as in identifying design techniques for the formation of a modern interior in the national style.

Conclusions. The significance of the results obtained for the architecture and design of the environment is that the identified techniques can become a practical basis for the formation of design principles for the organization of culinary studios. The basis of the architectural and planning organization of the culinary studio is a multifunctional space, transformed for educational, professional and entertainment-developing functions. In the interior design, it was possible to emphasize the uniqueness and innovative nature of the culinary studio space with its advanced equipment, contributing to the development of cooking in a harmonious combination of modern world trends and the best traditions – to create a modern national interior. Against the background of the recognition of Kazan as the gastronomic capital of Russia, the Culinary Studio of KIU – becomes the epicenter of the revival of national culinary creativity, a laboratory for improving the applied competencies of technologists in the field of nutrition, a platform for gastronomic events and for dialogue between education and business.

**Keywords:** national culinary studio, Yunus Akhmetzyanov, architectural and spatial organization of culinary studio, design concept of culinary studio space, kitchen-showroom, environmental approach, contextualism, modern national interior

Даниил Дмитриевич Ефимов,  
старший преподаватель,  
руководитель лаборатории архитектуры и дизайна при кафедре дизайна,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ПРОЕКТНАЯ КОНЦЕПЦИЯ ГОСТИНИЦЫ В СТИЛЕ КУПЕЧЕСКОЙ АРХИТЕКТУРЫ ДЛЯ ГОРОДА ЧИСТОПОЛЯ

**Аннотация.** В июне 2022 года в Чистополе прошел первый республиканский форум по развитию туризма «Предпринимательская инициатива и развитие туристского потенциала Закамского региона», в рамках которого обсуждалось и плодотворное взаимодействие Казанского Инновационного Университета и представителей бизнеса: архитектор и руководитель студии архитектуры и дизайна при кафедре дизайна КИУ, Даниил Ефимов продемонстрировал проект гостиницы, которую можно было бы построить на набережной Чистополя. Данный проект создавался совместно со студентами в качестве одного из первых опытов взаимодействия лаборатории Архитектуры и дизайна при кафедре дизайна КИУ с представителями среднего бизнеса.

Цель – создание проектной концепции гостиницы в стиле купеческой архитектуры для города Чистополя.

Основными результатами данной проектной работы стали: предпроектного исследования «Стилистический анализ исторической архитектуры города Чистополя – поиск и выявление стилистических и морфологических особенностей архитектуры Чистополя» на основе фотофиксации и натурного обследования архитектурно – исторического контекста. Было необходимо определить типологию купеческой архитектуры и проанализировать стилистические особенности архитектуры купеческих объектов, отнесенных к историко-архитектурному и культурному наследию города.

**Выводы.** Значимость полученных результатов для архитектуры и дизайна среды состоит в том, что практические и теоретические материалы, разработанные в ходе формирования проектной концепции гостиницы, а также выявленные приемы могут стать практической основой для формирования проектных принципов организации гостиничных комплексов.

**Ключевые слова:** гостиница, проектная концепция, купеческая архитектура, форэскизный проект, эскиз-идея, клаузура, исторический и архитектурный контекст, средовой подход, контекстуализм

В июне 2022 года в Чистополе прошел первый республиканский форум по развитию туризма «Предпринимательская инициатива и развитие туристского потенциала Закамского региона». Данное мероприятие было организовано по инициативе главы Чистопольского района – Казанским инновационным университетом имени В. Г. Тимирязова, при поддержке Дирекции фонда «Институт развития городов РТ» по развитию природных территорий и экотуризма. Участники форума рассмотрели возможные решения для дальнейшего развития туристического кластера города Чистополь. Кроме этих вопросов обсуждалось и плодотворное взаимодействие Казанского Инновационного Университета и представителей бизнеса. В рамках проведения данного форума архитектор и руководитель студии архитектуры и дизайна при кафедре дизайна КИУ, Даниил Ефимов продемонстрировал проект гостиницы, которую можно было бы построить на набережной Чистополя [1]. Данный проект создавался совместно со студентами в качестве одного из первых опытов взаимодействия лаборатории Архитектуры и дизайна при кафедре дизайна КИУ с представителями среднего бизнеса.

### Исторический и архитектурный контекст

Чистополь – горд часовщиков и часов. Ему в 1781 году Екатерина II своим указом присвоила статус уездного города. Вклад городского купечества в развитие образования, здравоохранения значителен. В этом был и личный интерес: ведь без квалифицированных рабочих, строителей невозможно развивать производство, без грамотных служащих – торговлю. Поэтому на купеческие деньги строились ремесленные школы, технические училища, гимназии, медресе, аптеки, больницы. В годы Великой Отечественной войны в Чистополе размещался Союз писателей СССР. В 1990 г. город Чистополь получает статус исторического населенного места России. Назовем некоторые достопримечательности Чистополя, попу-

лярные среди посещающих его туристов: трехпрестольный каменный Никольский собор во имя святителя Николая Чудотворца (построен в 1838 году); мечеть Нур (построена в 1859 г.); церковь Казанско-Богородицкая кладбищенская (возведена в 1848 году); музей уездного города, основанный в 1921 году, музей писателя Бориса Леонидовича Пастернака, который жил в Чистополе в 1941–1943 гг. [2].

Богатство Чистополя и его уникальность – это 200 га исторической купеческой застройки в центре города, которая формирует неповторимую историческую городскую среду. В настоящее время в муниципальном районе 236 объектов, из них 174 – культурного наследия, 52 – выявленные [3]. Ценные градоформирующие объекты при этом составляют ядро этой исторической архитектурной среды. Ценность этих домов состоит в том, что, не имея в большинстве своем эффектных архитектурных решений, фронтонов и мезонинов, они представляют собой интересные комплексы, характерные для Чистополя. Например, к жилому купеческому дому непосредственно может быть пристроена лавка, и еще рядом один дом с большим двором. Ф. М. Забирова в своем интервью отмечала, что именно этот морфологический тип застройки представляет идентичность Чистополя, имеет типологическую ценность [4].

Проектные этапы разработки концепции гостиницы

Первым этапом создания проектной концепции гостиницы стал тщательный предпроектный анализ ситуационного плана и планировочных решений. Совместно с администрацией Чистопольского филиала Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова был организован выезд на территорию проектирования для дальнейшего проведения предпроектного исследования:

- фотофиксация существующей застройки набережной и участка;
- изучение рельефа (топосъемки) местности;
- осмотр объектов культурного наследия в радиусе проектирования для анализа визуальных видовых точек городской панорамы Чистополя.

Итогом данного этапа стал первый раздел предпроектного исследования – «Стилистический анализ исторической архитектуры города Чистополя. Поиск и выявление стилистических и морфологических особенностей архитектуры Чистополя». Руководителю лаборатории архитектуры и дизайна и всей команде – студентам 3-го курса кафедры дизайна КИУ, предстояло исследовать купеческую архитектуру, как культурную доминанту провинциального города, хранилище его культурной памяти. В историко-культурном контексте проследить трансформацию торгово-промышленного наследия купечества в «культурные очаги» города. Далее, на основе проведенной фотофиксации и натурного обследования архитектурно – исторического контекста, было необходимо определить типологию купеческой архитектуры и проанализировать стилистические особенности архитектуры купеческих объектов, отнесенных к историко-архитектурному и культурному наследию города.

Основным методом работы над концепцией гостиницы стал творческий поиск – объединивший все три этапа проектного моделирования:

1. Подготовительный этап – сбор и анализ исходной информации: геоподоснова, изучение рельефа местности:

- программа – задание на проектирование (ТЗ);
- объект исследования – взгляд на объект проектирования «извне»;
- предпроектное исследование – предпроектный анализ (стилистический анализ исторической архитектуры Чистополя – поиск и выявление стилистических и морфологических особенностей купеческой архитектуры исторического центра города).

2. Этап творческого поиска – Эскиз-идея в формате клаузуры: гостиница в историческом стиле на 30 номеров в г. Чистополе.

3. Форэскиз: форэскизная разработка концепции гостиницы в стиле купеческой архитектуры в г. Чистополе.

Клаузура на тему «Гостиница на 30 номеров в городе Чистополе».

На этапе творческого поиска, студенты 3-го курса направления дизайн среды кафедры дизайна КИУ, провели проектную сессию в формате клаузуры. Основой для проектирования

стало заданием для выполнения проектного решения гостиницы. Место строительства, вместимость гостиницы, состав и площади помещений проектируемого здания были выданы студентам в техническом задании на проектирование. Проектная сессия началась с анализа проектных решений гостиниц, подбора референсов и анализа аналогов. Таким образом, работа над проектом начинается с предпроектного анализа, что позволяет собрать необходимые сведения для принятия решения. Результаты могут определить направление творческих поисков.

Для работы над темой клаузуры: «Гостиница на 30 номеров в г. Чистополе» студентам было необходимо:

1) провести обзор специализированной и нормативной литературы по гостиницам. Рассмотреть отечественный и зарубежный опыт проектирования гостиниц на базе интернет-ресурсов, библиографии. Сделать подборку аналогов в количестве 10-20 примеров, выявить характерные признаки архитектурных и планировочных решений данного типа и объема гостиниц. Выбрать и сравнить планировочные решения – с коридорной, галерейной, блочной или секционной структурой;

2) ознакомиться с примерами решения гостиниц аналогичной вместимости и классификации, особенностями мест их размещения. Проанализировать объемно-планировочные и архитектурные решения; объемно-пространственные структуры гостиниц:

– жилая и общественная части гостиницы расположены в одном здании;

– жилая и общественная части гостиницы расположены в разных, но взаимосвязанных корпусах;

– жилая и общественная части гостиницы расположены в самостоятельных, не связанных между собой зданиях;

3) обобщить проработанный материал в краткой пояснительной записке к проекту.

Размещение гостиницы в структуре города.

Участок проектирования находится в непосредственной близости от реконструируемой по федеральной программе городской набережной. Набережная вписывается в каркас общественных пространств города. Непосредственно с территории проектирования и Набережной открываются отличные виды. Рядом расположен Никольский собор, пляж, парк «Набережная Камы», река Берняжка, напротив расположен намытый остров. Набережная находится в пешей доступности от центра города и активного спального района, однако объекты коммерческой инфраструктуры остаются все еще малодоступными.

На Набережной есть два сезонных кафе – зимой они не работают, хотя туристам, гостям города, как и самим горожанам было бы приятно иметь возможность выпить чашечку кофе с видом на Каму в любое время года.

Набережная попадает в радиусы некоторых охранных и санитарных зон. Водоохранная зона Куйбышевского водохранилища – реки Кама – составляет 200 м, а Берняжки – 50 м. также территория граничит с зоной регулирования застройки, продиктованной статусом музейного города-заповедника границы которого проходят в непосредственной близости от участка проектирования. Город находится в достаточно активной природно-ландшафтной среде: перепад рельефа, акватория реки Камы. Резкий перепад рельефа с одной стороны формирует уникальный ландшафт, но с другой – создает факторы, усложняющие проектирование, например, за отсутствием системы водоотведения, ливневые стоки периодически подтопляют Набережную.

Виды, открывающиеся с воды на город Чистополь с причаливающих круизных кораблей – очень эффектная: домики «наслаиваются» по склонам, колокольни ярко выделяются в панораме города. Проектное решение должно учитывать и поддерживать береговую панораму. Согласно концепции реконструкции Набережной «Наречье», она должна стать главной точкой притяжения города, собирая тысячи людей: как туристов, так и местных жителей. Сейчас отсутствует связь пассажирского порта и набережной: туристы практически не заходят на Набережную, хотя рядом речной порт, из которого можно было бы сразу через набережную попасть в центр.

Если посмотреть на планировку купеческой части города, сразу видно, что архитекторы раньше продумывали променады: закладывали в генеральный план города бульвары, пешеходные аллеи, системы скверов и площадей. От Скарятинского сада через бульвар – и на набережную. А потом можно вернуться по улице Ленина – там целая череда сквериков. Набережная связывает центральное ядро города и речной порт – две ключевые точки. Первая точка сосредотачивает в себе объекты, имеющие культурные объекты, имеющие культурное значение, а вторая обеспечивает транспортировку гостей города, без которых культура и туристическая инфраструктура не может существовать [5].

Форэскизный проект – гостиница на 30 номеров в городе Чистополе в стиле купеческой архитектуры

Цель и задачи стадии форэскиза: форэскизная разработка концепции гостиницы в историческом стиле купеческой архитектуры на 30 номеров в г. Чистополе.

Форэскизный проект – это важнейший этап архитектурно-дизайнерского проектирования гостиницы. Архитектор, дизайнер, прежде чем приступить к созданию эскизного проекта, собирает всю необходимую информацию, анализирует проектируемый объект, учитывая при этом требования и пожелания заказчика, рассматривает различные варианты технического решения. В форэскизном проекте Гостиницы были определены планировочные схемы этажей с размерами в осях и выполнена привязка к местности с учетом рельефа. Было выполнено компьютерное 3D-моделирование фасадов гостиницы с 3D визуализацией, вписанной в городское окружение.

Перед нами стояла не простая художественно-эстетическая задача как гармонично вписать новую архитектуру в исторический центр города Чистополя, уважительно по отношению к контексту, к объектам культурного наследия. В этом нам помогло предпроектное исследование, позволившее проанализировать культурно-исторический контекст – купеческую застройку города Чистополя, его архитектурные доминанты, памятники истории и культуры. Выбор варианта для последующего этапа творческой разработки – форэскизный проект: архитектурно-конструктивная разработка, разработка дизайна интерьеров. В процессе проектной сессии на этапе клаузуры было рассмотрено множество вариантов в поиске верного решения, удовлетворяющего потенциального инвестора, и остановились на неоклассическом стиле в современном его прочтении.

Простое по форме здание, вертикальные линии, пилястры, рустованный первый этаж гостиницы, сочетание штукатурки, светлого этажа с фронтоном, фризом и карнизом и темного кирпича стен. Этой текстурой был создан деликатный фон, вписывающийся в контекст купеческой застройки и преемственный к памятникам архитектуры Чистополя.

В объемно-планировочном решении главную роль сыграло расположение проектируемой гостиницы на набережной, оно же привело к образному решению в виде маяка. Башня «маяка» становится вертикальной доминантой и отмечает вход в здание гостиницы. Видовая городская панорама Чистополя, открывающаяся с башни-маяка, служит дополнительным средством привлечения посетителей.

Двухэтажный каменный объем гармонично вписывается в крутой береговой рельеф набережной. Со стороны двора гостиница одноэтажная с цокольным этажом, на набережную выходит фасад высотой в два этажа с портиком и балконом, подчеркивающим симметричность классического портика. Композиционные решения фасадов выдержаны в традициях кирпичной эклектики 19 века. Стилистика здания гостиницы выдержана в духе купеческой кирпичной архитектуры. Прообразами послужили старинная пристань, промышленная купеческая архитектура, располагавшаяся в районе набережной реки Кама.

Результатом работы над форэскизным проектом стала подробная разработка поэтажных планов с экспликацией помещений с учетом планировки и расстановки мебели. Планировочные решения предусматривают компактное, с учетом небольшой площади застройки, и удобное расположение всех помещений: общественных на первом – полуцокольном, жилых – на втором и мансардных этажах. На первом этаже гостей встречает просторный вестибюль, ресепшн, кабинет администратора. Рядом запроектирована служебная комната отдыха (отдель-

ный номер на 2 человека площадью 23,5 кв. м). На первом этаже также запроектирован ресторан на 45 мест, кухня, доготовочная. Общая площадь первого этажа составила 290 кв. м.

В состав современных гостиниц входят предприятия общественного питания (рестораны, кафе, буфеты и бары). Обычно рестораны и кафе рассчитаны на обслуживание не только проживающих в гостинице, но и на посетителей из города. Поэтому в ресторан предусмотрен отдельный от гостиницы вход, а гостиница соединяется с рестораном и кафе через вестибюль. Кроме своей основной функции, зал ресторана служит для проведения отдыха, встреч, бесед, особенно в вечерние часы, поэтому пространственная организация и решение интерьера ресторана обеспечивает разнообразные места по посадке: мягкие диванные группы, кресла, столики на 2, 3-4, 6 человек.

На втором этаже два номера люкс с эркером и панорамным балконом и 6 номеров повышенной комфортности. Общая площадь второго этажа составляет 300 кв. м. В мансардном этаже расположены 6 номеров повышенной комфортности с видами на исторический центр города Чистополя и реку Каму, а также смотровая башня-маяк с возможностью панорамного обзора окрестностей на 360 градусов.

Определено общее стилевое решение, каким с концептуальной точки зрения будет стиль будущего интерьера, с учетом как среднего подхода и местной идентичности так и модных тенденций и направлений в дизайне интерьера. Составлен концепт-борд, согласно которому, интерьерная отделка предлагается из натуральных материалов – кирпича и дерева в исторических стилях с элементами лофта и современных тенденций.

### Список литературы

1. КИУ провел I Республиканский форум по развитию туристского потенциала Закамского региона. – URL: <https://ieml.ru/news/29731/> (дата обращения: 25.11.22).
2. Гумерова Г. В Чистополе говорили о развитии туристского потенциала/ Татмедиа Чистополь-информ. – URL: <https://chistopol-rt.ru/news/obschestvo/v-chistopole-govorili-o-razvitii-turistskogo-potentsiala> (дата обращения: 25.11.22).
3. Кадыров Р. В. Перспективы развития туризма в моногородах Республики Татарстан/ Материалы I научно-практической конференции Теоретические и практические аспекты научных исследований в туризме: материалы I научно-практической конференции / науч. ред. д. э. н., проф. А.В. Гумеров. – Казань: ООО «НОЦ «ЗНАНИЕ», 2019. – 296 с.
4. О культурной катастрофе в Чистополе. – URL: <https://realnoevremya.ru/articles/248301-o-kulturnoy-katastrofe-v-chistopole> (дата обращения: 25.11.22).
5. Программа развития города Чистополь (Программа профессиональной переподготовки по обучению команд, управляющих проектами развития моногородов). – URL: <http://моногорода.рф/upload/iblock/bfd/Чистополь> (дата обращения: 25.11.22).

Daniil Dmitrievich Yefimov,  
Senior Lecturer,  
Head of the Laboratory of Architecture and Design at the Department of Design,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### PROJECT CONCEPT OF A HOTEL IN THE STYLE OF MERCHANT ARCHITECTURE FOR THE CITY OF CHISTOPOL

**Abstract.** In June 2022, the first republican forum on tourism development "Entrepreneurial Initiative and development of the tourism potential of the Zakamsky region" was held in Chistopol, within the framework of which the fruitful interaction of the Kazan Innovation University and business representatives was discussed: architect and head of the architecture and Design studio at the Design Department of KIU, Daniil Efimov demonstrated a hotel project that could be build on the embankment of Chistopol. This project was created jointly with students as one of the first experiences of interaction of the Laboratory of Architecture and Design at the Department of Design of KIU with representatives of medium-sized businesses.



The goal is to create a design concept of a hotel in the style of merchant architecture for the city of Chistopol.

The main results of this project work were: a pre-project study "Stylistic analysis of the historical architecture of the city of Chistopol – search and identification of stylistic and morphological features of the architecture of Chistopol" based on photographic fixation and a full-scale survey of the architectural and historical context. It was necessary to determine the typology of merchant architecture and analyze the stylistic features of the architecture of merchant objects attributed to the historical, architectural and cultural heritage of the city.

Conclusions. The significance of the results obtained for the architecture and design of the environment is that the practical and theoretical materials developed during the formation of the hotel design concept, as well as the identified techniques can become a practical basis for the formation of the design principles of the organization of hotel complexes.

**Keywords:** hotel, project concept, merchant architecture, pre-design project, sketch idea, clausura, historical and architectural context, environmental approach, contextualism

УДК 7.071.1 (73.04)

Ксения Михайловна Зубкова,  
преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### ЗНАЧЕНИЕ МАЛЫХ АРХИТЕКТУРНЫХ ФОРМ ДЛЯ ГОРОДА НА ПРИМЕРЕ СКУЛЬПТУРЫ «ВОДОВОЗ» АСИИ МИННУЛЛИНОЙ

**Аннотация.** В статье рассматривается значение малых архитектурных форм (МАФ) для города, дается определение МАФ, на примере скульптурной группы «Водовоз» определяются методические подходы к разработке скульптурных объектов города.

**Ключевые слова:** малые архитектурные формы, скульптура, скульптор Асия Миннулина

Гостеприимство города напрямую связано с его средой, но формирование которого влияет не только архитектура и дизайн, но и элементы художественного творчества – скульптура, произведения монументальной живописи и другие, работающие на оформление пространства. Автор, как профессиональный скульптор, особое внимание уделяет скульптуре в экстерьере города всех их проявлениях, в том числе и как вид малых архитектурных форм.

Малые архитектурные формы (МАФ) – вспомогательные архитектурные сооружения, оборудование и художественно-декоративные элементы. Они обладают собственными простыми функциями, дополняют общую композицию архитектурного ансамбля застройки. Некоторые из элементов МАФ не несут утилитарных функций, имеют исключительно **художественно-декоративное назначение**. Малые архитектурные формы могут играть важную роль в архитектурном ансамбле.

К МАФ относят лестницы, ограды, **скульптуры**, фонтаны, светильники наружного освещения, стенды для афиш и реклам, садово-парковые сооружения, некрупные формы мемориальной архитектуры, городскую уличную мебель, урны, детские игровые комплексы и т. д. МАФ могут подразделяться на декоративные и утилитарные [2].

МАФ в городах в виде скульптуры, считаю, выступают в роли «паузы», «смыслового узла», «информационного узла», где можно, например, остановиться отдохнуть, получить информацию или своего рода разрядку. В современном мире, где ритм и движение в городе непрерывно наращивает свои обороты, малая архитектурная форма необходима и даже несет психологический фактор. В структуру зеленых массивов города входят парки, сады, скверы, это одно из мест расположения скульптур. Они обогащают пространства, тематизируют, информируют. Например, в городе Санкт-Петербург на набережной реки Фонтанки скульптура Чижик-Пыжик или там же на Заячьем острове скульптура Зайца, скульптуры животных на территориях зоопарков г. Москва, г. Ижевск. Благодаря малым архитектурным формам сохраняется часть истории города, «обрастает» место легендами, традициями, обычаями, что благотворно влияет на финансовую сторону города. Становятся визитной «карточкой», привлекает туристов.

Возможно, к МАФ можно отнести и памятники небольших размеров, малые скульптурные композиции, так как это очень тонкая грань между произведением – памятником (памятник В. Ленину, площадь Свободы, г. Казань) и жанровой скульптурой («Водовоз» ул. М. Горького, г. Казань, скульптор А.М. Миннуллина), где можно точно сказать, что это произведение относится к МАФ.

Рассмотрим подробнее жанровую скульптуру «Водовоз». Памятник водовозу заказало руководство «Водоканала», но под скульптуру было отведено небольшое пространство.



Илл. Скульптура «Водовоз», скульптор А.Миннуллина (фотографии автора)

Это первый памятник в Казани, который был посвящен не значимой личности, а обычной сценке из городского быта. По задумке скульптора, **сюжетный памятник должен напоминать горожанам о жизни, а не о смерти. Именно смысловая задумка скульптуры становится одним из необходимых рычагов для создания “атмосферной точки”, служащего неким инструментом гостеприимства и решением неких актуальных проблем.** По сюжету, водовоз наливает местной жительнице воду из бочки при помощи специального черпака. Именно при помощи таких бочек и происходило обеспечение жителей города водой. Позднее, когда в городе стали часто вспыхивать пожары, городская дума приняла решение о строительстве первого водопровода. Его запустили в 1874 году и тогда он был частным предприятием. Лишь в 1917 году городской водопровод перешел в государственную собственность [3].

Скульптор наделила водовоза небольшой сумкой для сбора монет за воду и специальными двумя лошадиными колокольчиками. Эти колокольчики можно потрогать – они настоящие, также можно услышать их звон, когда бывают порывы ветра. Поэтому прихожу к выводу, что у МАФ должен *присутствовать завершающий элемент*, так называемая «изюминка» или «вишенка на торте» – это может быть что угодно, связанное с инновациями, новыми технологиями.

Когда молодой руководитель «Водоканала» принимал работу, уже выполненную в глине, то он долго смотрел на нее и произнес лишь одно слово: «Проникся!» (по словам скульптора Асии Миннуллиной)[1]. **Рефлексия – третья необходимая особенность МАФ, скульптура должна волновать!** К такому выводу меня подтолкнули и отзывы в соцсетях, которые подтверждают мои внутренние взгляды, хочу поделиться ими:

**Эдуард Бариев, 18.05.2022:** «Я считаю везде где гос. учреждения нужны такие скульптуры, красиво, по своему роду деятельности».

**Наталья, 30.09.2022:** «Очень симпатичная скульптура, мимо проходишь и представляешь прошлые времена, как люди жили, их быт».

**Руستم Ильдарович Камалов, 14.10.2022:** «Такие памятники делают город уютнее и привлекательней».

**Ренад Халиуллин, 17.09.2020:** «Эта скульптура сделана талантливо и ненавязчиво, с тонким чувством вкуса. Я люблю такие скромные, камерные скульптуры, они создают в нашем прекрасном городе атмосферу уюта и умиротворенности».

**Дмитрий Панышин**, 13.03.2020: «Люблю такие скульптуры, они меньше, чем в реальности, почти игрушечные. Хорошо просматриваются все детали».

**Людмила**, 14.01.2022: «Красивая скульптура. Украшает улочку».

**Юрий Аношин**, 12.08.2019: «Интересный памятник, посвященный исчезнувшей ныне профессии городского водовоза. Находится на улице Горького, 34 (возле управления Казанского водоканала). Место, где можно сделать хорошие фотографии».

МАФ выполняется из различных материалов, например: металл (сварка), бронза (отливка), смешанные технологии (фигуры из цветов, снега, льда, керамики, бетона, кирпича, различного камня), современных материалов (полиэфирных смол, пластика), света (проекции через видео-проекторов) и множества других.

Итак, тематикой для создания МАФ может служить местное историческое событие, значимая дата. Разнообразие выбора воплощения велико – анималистический жанр, части тел, предметы быта, фрукты, различные рельефы, лепнина и много другое. МАФ также идеально дополняют любой садово-парковый ансамбль.

### Список литературы

1. Любимова О. Силуэты города. Скульптор Асия Миннуллина о «неправильных» памятниках» // Аргументы и Факты. – № 44. – АйФ-Татарстан. – 01.11.2017.

2. Роль малых архитектурных форм в создании благоприятной экологической обстановки города [Электронный ресурс]. – URL: <https://frontonplus.ru/info/articles/rol-malykh-arkhitekturnykh-form-v-sozdanii-blagopriyatnoy-ekologicheskoy-obstanovki-goroda/> 15 (дата обращения: 12.11.22).

3. Водовоз г. Казань скульптура [Электронный ресурс]. – URL: <https://yandex.ru/maps/org/vodovoz/136880252748/?ll=49.134527%2C55.793389&z=15> (дата обращения: 12.11.22).

Ksenia Mikhailovna Zubkova,  
Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### THE IMPORTANCE OF SMALL ARCHITECTURAL FORMS FOR THE CITY ON THE EXAMPLE OF THE SCULPTURE "VODOVOZ" BY ASIA MINNULLINA

**Abstract.** The article examines the importance of small architectural forms (MAF) for the city, defines MAF, and defines methodological approaches to the development of sculptural objects of the city using the example of the sculpture group "Vodovoz".

**Keywords:** small architectural forms, sculpture, sculptor Asia Minnullina

### УДК 7.021.3

Ксения Михайловна Зубкова,  
преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ МАСТЕР-КЛАССОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО И СРЕДНЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

**Аннотация:** в статье рассмотрены вопросы методических подходов к проведению мастер-классов для детей по обучению художественным ремеслам. Определяются преимущества данной формы обучения, предлагается план работы для подготовки и проведения мастер-класса, определяются условия для проведения эффективного занятия.

**Ключевые слова:** мастер-класс, методика обучения, план работы, типы условий для проведения мастер-класса

Познание мира у маленьких людей – детей – происходит через тактильные ощущения, осязание, обоняние и зрение. Все новое, как правило, воспринимается с опаской и недоверием. Игра – это уникальное средство, которое позволяет раскрыть таланты, развиваться личностно и физиологически, а все взрослые – это дети. Объяснять новую тему, задавать домашнее задание стараюсь в виде игры, таким образом информация воспринимается быстрее и легче, как показал опыт, в проведении занятий и у детей дошкольников, младшего школьного возраста, подростков и взрослых. Игру я стараюсь преподнести в виде мастер-классов.

*Что же такое мастер-класс?* Существует множество определений. «Мастер-класс – это особая форма учебного занятия. Она основана на «практических» действиях показа и демонстрации творческого решения определенной познавательной и проблемной педагогической задачи» [1].

*Для чего нужен мастер-класс?* Для ознакомления и отработки новых приемов, техник, навыков, в общем и целом – чтобы повысить уровень владения какой-либо профессией или научиться чему-то новому для себя. Вовремя мастер-класса выделяется небольшое количество времени, что позволяет сконцентрировано выдать необходимую информацию и получить продуктивный результат.

*Цели и задачи.* Главное в проведении мастер-класса – не просто сообщить участникам какую-либо информацию, а наглядно передать свой опыт, накопленный и систематизированный.

Данный прием активно применяется в индустрии гостеприимства. С помощью него можно передавать знания, умения и навыки (ЗУНы) не только разновозрастной категории людей, но и людей с ограниченными возможностями и иностранными гражданами не владеющими русским языком.

*Преимущества мастер-классов:*

1. Все мастер-классы – это огромное многообразие тематик – расширение личностного кругозора.
2. Рефлексия – развитие не только обучающегося, но и обучающего. Возможность работы с разными личностями и возрастами.
3. Возможность приобрести свое хобби, дело.
4. Коммуникативная особенность – возможность общаться, находить друзей, командная работа, сплочение коллектива (общей работой).
5. Познание себя. Личностный рост обучающегося.
6. Вырабатывается соревновательный интерес – соперничество. Сделать лучше, чем у других.

*«Истоки способностей и дарования детей – на кончиках их пальцев. От пальцев, образно говоря, идут тончайшие нити – ручейки, которые питают источник творческой мысли. Другими словами, чем больше мастерства в детской руке, тем умнее ребенок», – утверждал В. А. Сухомлинский [6].*

При занятиях творчеством происходит одновременное умственное и физическое развитие ребенка. Творчество учит ребенка не просто смотреть, а видеть, помогает ему стать неординарной, развитой личностью.



Мастер-класс для одаренных детей. Смена «Этнология творчества». Лагерь Байтик. 12–14 лет. 2022 г. «Подвески». Материал – керамическая глина.





Мастер-класс для детей лагеря Байтик, Татарстан, 2022 г. 9–11 лет, «Волшебное животное». Материал – самозатвердевающая масса ДАС.



Мастер-класс для детей отделения Соц. защиты Авиастроительного р-на г. Казани 2022г. 5–11лет. «Птички». Материал – самозатвердевающая масса «ДАС».

При проведении мастер-классов педагоги знакомят обучающихся с темой предстоящего занятия, его целью и задачами, кратко освещают его содержание. Затем показывают мультимедийную презентацию или разыгрывают историю – игру, в которую погружаются участники. Происходит демонстрация готовых авторских изделий, либо элементов изделий, изготовленных по той технологии, которую предстоит обучающимся выполнить в ходе занятия. А также педагоги должны познакомить детей с оборудованием, инструментами и материалами, необходимыми для изготовления данного изделия, с техникой безопасности при работе с ними, ведением рабочего места и поведением во время занятия. И затем идет практическая часть занятия. Участники мастер-класса под руководством педагога из заранее подготовленных материалов или заготовок выполняют практическое задание, основанное на технологических приемах, продемонстрированных в теоретической части. В процессе мастер-класса происходит непрерывный контакт, практический индивидуальный подход к каждому обучающемуся. Все ученики активно участвуют в заданиях, педагог комментирует и отвечает на все их вопросы, создает атмосферу открытости, доброжелательности, сотворчества, что обеспечивает комфорт и непринужденность в общении и работе. Во время занятия педагоги дают возможность детям импровизировать и проявлять свои способности самостоятельно и нестандартно мыслить, выдвигать свои пути решения предлагаемой проблемы.

Говоря о плюсах данного метода обучения необходимо указать и минусы, чтобы быть готовым к их решению:

1. *Стремление рассказать, как можно больше:* Необходимо досконально «проиграть» весь сценарий действий и необходимой информации, так как времени на мастер-класс выделяется минимум.

2. *Непродуманная структура выступления:* Необходимо подготовить план этапов действий в виде тезисов (например, чтобы не затягивать вступление. Оставить больше времени на практическую деятельность).

3. *Отсутствие цели выступления:* Перед выступлением определитесь с целью. Что вы хотите? Развлечь? Внедрить идею? Донести информацию? Чему-то научить? Продать свои услуги?

4. *Отсутствие раздаточного материала:* Важно подготовить правильные и в достаточном количестве материалы (если хотите привлечь новых обучающихся и было комфортно работать с пришедшими).

5. *Неграмотное оформление презентации*: Здесь работает правило: «лучше меньше, да лучше». Замените текст на одну кратко изложенную мысль. Используйте лаконичный стильный дизайн. Ведь это также влияет на впечатление о вас.

«Для мастер-класса, как и для любой другой формы подачи информации, нужен план действий, подготовки: 1) положение о мастер-классе; 2) памятка для педагога для проведения мастер-класса; 3) информационная справка о мастер-классе; 4) план-конспект мастер-класса; 5) рекомендуемая литература о мастер-классе; 6) список рекомендуемых Интернет-ресурсов; 7) опрос-анкета для участника мастер-класса» [4].

Выработка познавательной деятельности всех участников работы мастер-класса. Эта форма обучения создается при наличии 3 типов условий:

1. Обеспечивается формирование мотивации и познавательной потребности в конкретной деятельности.

2. Стимулируется познавательный интерес, и отрабатываются умения по планированию, самоорганизации и самоконтролю педагогической деятельности.

3. Осуществляется индивидуальный подход по отношению к каждому участнику мастер-класса, отслеживаются позитивные результаты учебно-познавательной деятельности каждого ученика» [5].

Итак, рассмотрев основные положения методики проведения мастер-классов, можно вывести следующую формулу: успешный мастер-класс = эффективная технология + компетентный специалист + доступность для обучающегося.

### Список литературы

1. Мастер-класс как современная форма аттестации в условиях реализации ФГОС. Алгоритм технологии, модели и примеры проведения, критерии качества / сост. Н.В. Ширшина. – Волгоград: Учитель, 2013.

2. Мастер-классы и педагогические семинары в дополнительном образовании детей. Теоретические и организационные аспекты / сост.: Н.В. Кленова, С.А. Абдухакимова / под ред. А.С. Постникова, А.П. Прыгуновой. – М.: МГДД(Ю)Т, 2009.

3. Клиентов А. Народные промыслы. – М.: Белый город, 2003. Clients A. Folk crafts. – М.: White City, 2003.

4. Боровиков Л.И. Как творчески работающему педагогу дополнительного образования подготовить и провести мастер-класс // Воспитание и дополнительное образование в Новосибирской области. – 2004. – № 1.

5. Насонова Т.А. Значение мастер-классов в развитии творческих способностей детей. // Образовательная социальная сеть [Электронный ресурс]. – URL: <https://nsportal.ru/shkola/raznoe/library/2019/03/15/znachenie-master-klassov-v-razviti-tvorcheskih-sposobnostey?ysclid=la5xpn0cwf163543526> (дата обращения: 13.11.22).

6. Мастер-класс как инновационная педагогическая форма обучения и развития творческих способностей учащихся в системе дополнительного образования. // Образовательный портал в помощь школам, учителям, ученикам и родителям [Электронный ресурс]. – URL: <https://infourok.ru/master-klass-kak-innovacionnaya-pedagogicheskaya-forma-obucheniya-i-razvitiya-tvorcheskih-sposobnostej-uchashih-sya-v-sisteme-dop-5065977.html?ysclid=la60dmezo083622157> (дата обращения: 13.11.22).

Ksenia Mikhailovna Zubkova

Lecturer

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

### METHODS OF CONDUCTING ART WORKSHOPS FOR CHILDREN OF PRIMARY AND SECONDARY SCHOOL AGE

**Abstract.** The article discusses the issues of methodological approaches to conducting master classes for children on teaching artistic crafts. The advantages of this form of training are determined, a work plan is

proposed for the preparation and conduct of a master class, the conditions for conducting an effective lesson are determined.

**Keywords:** master class, teaching methodology, work plan, types of conditions for conducting a master class

УДК 741.021

Ляйсан Наилевна Идрисова,  
магистрант,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## НЕТРАДИЦИОННЫЕ ТЕХНИКИ РИСОВАНИЯ, КАК СРЕДСТВО ХУДОЖЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ СТУДЕНТОВ-ДИЗАЙНЕРОВ

**Аннотация.** В данной статье рассматривается проблема развития творческих способностей студентов. Процесс развития творчества и творческих способностей студентов – будущих дизайнеров в основном зависит от содержания учебного материала и организации учебной деятельности. В статье предлагаются рекомендации по включению в процесс обучения использование нетрадиционных техник рисования, а именно грифонаж, дудлинг и зентагл, как средство художественного развития будущих дизайнеров.

**Ключевые слова:** творческие способности, художественное творчество, креативность, нетрадиционные техники рисования

Процесс развития творчества и творческих способностей студентов, будущих дизайнеров в основном зависит от содержания учебного материала и организации учебной деятельности. Такие занятия должны строиться на совместной деятельности преподавателя и обучающихся, на совместном поиске, на эксперименте по отработке новых приемов с целью повышения эффективности учебно-воспитательного процесса. В этом и заключается не традиционность данного процесса. В данном случае процесса изучения не традиционных видов изобразительной техники. Как пример рассмотрим нетрадиционные техники рисования, как средство художественного развития студентов-дизайнеров [1].

Дизайн стал престижной профессией и видом творческой деятельности человека. Успешный дизайнер должен отличаться наблюдательностью, любознательностью и находиться в постоянном поиске познания секретов красоты, гармонии и художественной выразительности. Задачу постижения красоты и гармонии помогает решать рисунок, так как он является своеобразным инструментом постижений этих законов и исследовательской деятельности по отношению к предметному миру. Не традиционность техники рисования заключается в оригинальности, нестандартности, специфичности и необычности данного изобразительного искусства. Это способ создания нового. Это огромная возможность думать, пробовать, искать, экспериментировать. Нетрадиционное рисование позволяет раскрыть творческий потенциал обучающегося, позволяет чувствовать себя раскованнее, смелее, непосредственнее, развивает воображение, дает полную свободу для самовыражения [2].

Большой популярностью пользуются такие нетрадиционные техники рисования, как: роспись стекла, декупаж, мозаика, скетчинг, монотипия, правополушарное рисование, кляксография и ниткография, граттаж, фроттаж.[6] Эти виды техник используются в обучении рисованию, начиная с дошкольного возраста. В нашем случае мы рассмотрим более сложные техники нетрадиционного изобразительного искусства. Это зентагл и дудлинг. Зентагл это особая методика рисования с определенными принципами и правилами. А техника дудлинг – это своего рода развлечение и познание себя через рисунок, произвольное рисование узоров из головы, у него нет ни правил, ни ограничений, ни подсказок. На примере техники – дудлинг рассмотрим эффективность использования нетрадиционных техник рисования в развитии художественного творчества студентов.

Дудлинг переводится как «каракули». Почему? Потому что основные элементы рисунка – точки, палочки; кружки, овалы, треугольники, спирали, так же могут быть узоры, цветы,

ветки, листочки и вообще – все, что угодно, в зависимости от желаний и фантазии художника. [4] И, самое приятное, в дудлинге свою фантазию можно ни в чем не ограничивать. Главное преимущество дудлинга в его простоте, здесь не нужно уметь рисовать, просто выбираешь элемент и заполняешь им пространство. Доступность его в том, что для работы достаточно карандаша и бумаги. В дудлинге нет каких-то специальных правил и ограничений как в зентангле. Рисунок в данном стиле не всегда начинается с четких представлений, проще говоря, художник может и не знать, во что его творение выльется в результате. Начинаться работа может с простого овала в центре листа. А дальше – на помощь студенту придет его воображение. Во время рисования рука должна двигаться в свободном направлении и с легкостью прорисовывать самые интересные и необычные штрихи. Чем беспорядочнее будут наброски, тем интереснее и необычнее получится рисунок. Рисовать в этом стиле можно на любой бумаге, на любой поверхности, даже на одежде, различными красками и инструментами. Дудларт, не привязан к основам композиции рисунка, это свободная техника подачи рисунка. Дудлы можно рисовать в качестве тренировки для постановки уверенной руки и развития глазомера. И тот, кто делает это с большим интересом, приобретает в результате и навыки, и более красивый почерк. В более профессиональном дудларте, можно продумать свой рисунок, выбрать какую-то определенную тему и рисовать определенные предметы и объекты.

Также Дудлинг является отличным способом арт терапии, арт-терапия в свою очередь направлена на восстановление и гармонизацию психического состояния человека [3]. Особенности Арт-терапевтического процесса нетрадиционной техники рисования:

*Обучение:* это процесс взаимосвязи двух процессов – преподавания и учения. Приобретение опыта самопознания и самовыражения.

*Метафоричность:* выражение переживаний через художественный образ. «Метафора в живописи создается путем изменения формы, цвета и функции объекта. Характерным примером можно назвать «плавающие» часы Дали, летающие фигуры Шагала, овцы Кадишмана. Они окрашены художником во все цвета радуги, что не совсем соответствует действительности» [1].

*Креативность:* Креативность – это не просто наличие воображения и склонность к творчеству, это способность быстро и эффективно генерировать новые идеи. Она уводит в сторону от банальных идей и скучного, привычного взгляда на вещи, рождает оригинальные решения.

*Экспрессивность:* проявление темперамента художника в его творческом почерке.

*Ресурсность:* наличие духовных, эмоциональных, физических, душевных сил и энергии для создания произведения. Одним словом – состояние абсолютного счастья.

Развитие художественной деятельности с помощью нетрадиционных техник рисования происходит поэтапно:

- от рисования отдельных предметов к рисованию сюжетов,
- от применения наиболее простых видов рисунков к более сложным,
- от применения в рисунке одного вида техники к использованию нескольких нетрадиционных техник изображения,
- от индивидуальной работы к коллективному изображению предметов и сюжетов.

Исследователи доказали, что использование нетрадиционных техник рисования способствует развитию художественно-творческих способностей, улучшает увлеченность темой и техникой, а также улучшает способность к лучшему восприятию цветовой гаммы. Чтобы во время исполнения техники рисования усилить воображение и фантазию, можно использовать музыкальное сопровождение, что способствует раскрытию художественного замысла.

В завершении нужно отметить, самое главное преимущество всех нетрадиционных техник рисования в том, что они помогут обучающимся успокоиться, отвлечься от проблем, сконцентрировать свое внимание на важном, освободиться от накопленного за день негатива. Что очень, немаловажно в нашем активном ритме жизни.



## Список литературы

1. Еленецкий В.К. Значение рисунка в дизайне // Современные проблемы науки. – 2012. – № 2.
2. Шаталова Л. С. Подготовка студентов-дизайнеров к творческой графической деятельности // Ярославский педагогический вестник. – 2014. – № 1. – С. 230–234.
3. Кириенко В.И. Психология способностей к изобразительной деятельности. – М.: Издательство АПН РСФСР, 1959. – 304 с.
4. Давыдова Г.Н. Нетрадиционные техники рисования в детском саду. Часть 1. – М.: Скрипторий 2003, 2008. – 80 с.
5. Давыдова Г.Н. Нетрадиционные техники рисования в детском саду. Часть 2. – М.: Скрипторий 2003, 2008. – 72 с.
6. Лебедева Е.Н. Использование нетрадиционных техник в формировании изобразительной деятельности дошкольников: метод. пособие. – М.: Классик – Стиль, 2004. – 72 с.
7. Лапчинская И.В. Развитие художественно-творческих способностей студентов вуза в процессе профессиональной подготовки: дисс. ... канд. пед. наук. – Магнитогорск, 2005.
8. Пономарев Я.А. Психология творчества. – М.: Институт психологии РАН, 2006.

Laysan Nailevna Idrisova,  
Master Degree Student,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### NON-TRADITIONAL DRAWING TECHNIQUES AS A MEANS OF ARTISTIC DEVELOPMENT OF DESIGN STUDENTS

**Abstract.** This article discusses the problem of developing students' creative abilities. The process of developing creativity and creative abilities of students – future designers mainly depends on the content of the educational material and the organization of educational activities. The article offers recommendations for including the use of non-traditional drawing techniques in the learning process, namely gryphonage, doodling and zentagl, as a means of artistic development of future designers.

**Keywords:** creativity, artistic creativity, creativity, non-traditional drawing techniques

УДК 004.925

Нелли Рафаэлевна Ильясова,  
преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия,  
Даниил Дмитриевич Ефимов,  
старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### РОЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ И КОМПЬЮТЕРНОЙ ГРАФИКИ» В ОСВОЕНИИ ПРОФЕССИИ ДИЗАЙНЕРА

**Аннотация.** Данная статья основывается на практических наработках из опыта преподавания дисциплины «Основы проектной и компьютерной графики». Авторами рассматривается учебная программа и ее взаимосвязь с проектными дисциплинами.

**Ключевые слова:** пространственное мышление, компьютерная графика, 3D-моделирование. Corel Draw, Photoshop, Google Sketch Up, Autodesk 3Ds Max

Немаловажную роль в развитии творческого мышления будущего дизайнера играет проектный метод в обучении, когда создание концептуальных дизайн-проектов ведется посредством компьютерных программ, изучаемых в рамках освоения дисциплины «Основы проектной и компьютерной графики» (далее ОПКГ). Практический опыт преподавания показывает, что формирование объемно-пространственного мышления будущих дизайнеров средствами компьютерной графики достаточно эффективно, поскольку освоение программ требует от студентов сложных умственных действий, связанных с оперированием объемно-пространственными образами. Более предпочтительны в этом смысле программы, сложные для освоения, поскольку предполагают большее количество действий с формами либо их вторений [1; 2].

Цель и задачи дисциплины ОПКГ – путем приобретения и совершенствования практических профессиональных навыков в проектной и компьютерной графике сформировать у студентов дизайн-мышление и способность разрабатывать дизайн-концепцию проекта с применением компьютерных программ (Corel Draw, Photoshop, Google Sketch Up, Autodesk 3Ds Max). Освоение компьютерных программ в процессе создания эскизных дизайн-проектов. Метод проектов.

Исходя из целей и задач дисциплины ОПКГ, тематика практических работ направлена на развитие творческого мышления будущего дизайнера путем создания концептуальных дизайн-проектов посредством компьютерных технологий.

Исходя из направления подготовки студентов колледжа тематика практических и лабораторных работ первого и второго семестра была сосредоточена в области промышленного и графического дизайна.

Первый семестр:

- Многофункциональная биоразлагаемая или перерабатываемая упаковка.
- Плакат на тему экологии (тема: «Защита водных ресурсов»).

Второй семестр:

- Органайзер.
- Детская площадка или площадка для выгула домашних животных.

В первом семестре студентам было предложено разработать многофункциональную упаковку, которая могла бы использоваться вторично и была бы перерабатываемой или биоразлагаемой.

Следующим заданием было создание экологического плаката «Защита водных ресурсов».

Этапы выполнения учебных проектов:

1. Сбор информации по теме многофункциональной упаковки. Студент выполняет реферат по требованиям ГОСТ, получая навыки оформления текстовых документов
2. Подбор аналогов и референсов по выбранной теме. Студент подбирает готовые аналоги в интернете, в журналах, в окружении, при необходимости фотографирует, фиксирует выбранные объекты.
3. Формирование концептуального дизайн-проекта по теме. Студент выстраивает перед собой техническое задание.
4. Выполнение поисковых эскизов, оформление в формате клаузуры. Студент выполняет клаузуру по выбранной теме, ведет поисковую работу в процессе.
5. Формирование эскизного альбома в программе Corel Draw, Photoshop. Студент оформляет альбом в соответствии с проектными нормами и графическими правилами подачи.

Второй семестр был посвящен темам промышленного дизайна (органайзер) и проектированию малых архитектурных форм (детская площадка или площадка для выгула животных).

Этапы выполнения учебных проектов:

1. Составление технологической карты проекта.
2. Сбор информации по выбранным темам.
3. Подбор аналогов и референсов.
4. Выполнение поисковых эскизов.
5. Формирование концептуального дизайн-проекта; оформление в формате клаузуры;

6. Формирование эскизного дизайн-проекта в программе Corel Draw, Photoshop, Sketch Up.

7. Финальная подача проекта в виде альбома, планшета и презентации.

Данные проекты являются междисциплинарными. Студенты применяют полученные знания помимо освоения базовых 2D программ, предусмотренных учебным планом, студентам предлагается освоить основы 3D моделирования (программы Sketch Up, Autodesk 3Ds Max).

Со второго семестра поэтапно внедряем основы 3D моделирования путем знакомства и работы в программах Google Sketch Up, Autodesk 3Ds Max. Проводятся практические занятия – интенсивы по освоению программы Sketch Up.

Лабораторные работы по направлению «Промышленный дизайн» фокусируются на приобретении студентами практических навыков, включающих определение потребительской ниши товаров, запросов потребителей, проектирование инновационной продукции. В учебную программу заложена работа над проектами, где обучающиеся могут попробовать себя в роли концептуалиста, стилиста, конструктора, предметного дизайнера.

В процессе разработки концепции проекта студенты коллективно обсуждают идеи решения поставленной задачи, далее осуществляют концептуальную проработку, эскизирование, трехмерное моделирование, визуализацию, конструирование.

В процессе обучения производится акцент на составление пояснительной записки к проекту, а также на навыки устной и письменной коммуникации и командной работы. (Презентация, защита проекта, альбом, планшет).

На Кафедре Дизайна активно внедряются перспективные 3D технологии в обучении студентов. Производится печать на 3D принтере, в рамках выполнения курсовых и дипломных проектов. Работа с дополненной реальностью и голограммами.

Объект, над которым работает студент, можно преобразовать в 3D-макет. Данный макет можно получить, напечатав его на 3D-принтере. В качестве 3D-объекта может служить определенная конструкция или архитектурный объект. Работать с данным объектом можно коллективно и индивидуально. Лучше всего информация усваивается наглядно, исходя из чего 3D-модели дают полное понимание формы и конструктивных составляющих эскизного дизайн-проекта.

Завершающим этапом выполнения дизайн-проектов для создания трехмерного объекта используется цифровой файл. Благодаря аддитивному процессу накладывается слой за слоем до создания нужного объекта.

В компьютерной аудитории, закрепленной за кафедрой Дизайна установлен 3D-принтер **Magnum Creative 2**. Данный 3D-принтер оснащен двумя экструдерами для удобной и легкой печати; обеспечивает качественную бесперебойную печать и простоту подготовки моделей для печати. 3D принтер работает с любыми гибкими пластиками. А также есть возможность печати шоколадом для производства сувенирной кондитерской продукции. Это одно из перспективных направлений аддитивных технологий, которое планируется внедрять в работу на кафедре Дизайна при создании фирменной и сувенирной продукции.

В настоящее время в условиях динамично развивающегося рынка, промышленности и креативных индустрий ОПКГ, как профилирующая дисциплина в колледже приобретает жизненно важное значение для подготовки будущих специалистов в области промышленного дизайна, так как формирует необходимые междисциплинарные навыки, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

Таким образом можно сделать вывод, что роль дисциплины ОПКГ в освоении профессии дизайнера трудно переоценить, знание компьютерных программ формирует необходимый инструментарий средств для создания дизайн-проектов и воплощения творческих идей на качественном уровне, повышает общий уровень культуры графической подачи дизайн-проектов. На всех этапах работы применяются положения проектной и компьютерной графики, данная дисциплина поможет студентам эффективно выполнять задания по другим проектным дисциплинам и выйти подготовленным на стадию дипломного проекта.

## Список литературы

1. Лебедева А. П. Роль современных графических программ в формировании объемно-пространственного мышления студентов-дизайнеров. – Текст: непосредственный // Педагогическое мастерство: материалы XIII Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2021 г.). – Казань: Молодой ученый, 2021. – С. 29–31 [Электронный ресурс]. – URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/399/16641/> (дата обращения: 07.11.22).
2. Алексеева М. А. Формирование пространственных представлений как средство развития творческих способностей на занятиях по инженерно-технической графике // Инновационные технологии и процессы личностного развития в транзитивном обществе: материалы Международной научно-практической конференции. Часть 1. – Кострома – Москва, 2000 – 124 с.
3. Мелодинский Д. Л. Школа архитектурно-дизайнерского формообразования: учеб. пособие. – М.: Архитектура-С, 2004. – 312 с.
4. Брызгов Н.В., Воронежцев С.В., Логинов В.Б. Творческая лаборатория дизайна. Проектная графика. – М.: Издательство В. Шевчук, 2010. – 189 с.
5. Хозе М. Паррамон, Микель Феррон. Аэрография для художников. Основные приемы работы и материалы. – М.: Астрель, 2001. – 144 с.
6. Сиденко Л.А. Компьютерная графика и геометрическое моделирование: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2009. – 224 с.
7. Куприянов Н.И. Рисуем на компьютере: Word, Photoshop, CorelDRAW, Flash. – СПб.: Питер, 2005. – 128 с.
8. Бриан Эванс, Практические 3D-принтеры: наука и искусство 3D-печати. – Apress, 2012.

Nelly Rafaelevna Ilyasova,  
Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia,  
Daniil Dmitrievich Efimov,  
Senior Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov  
Kazan, Russia

### THE ROLE OF THE DISCIPLINE «FUNDAMENTALS OF DESIGN AND COMPUTER GRAPHICS» IN MASTERING THE PROFESSION OF A DESIGNER

**Abstract.** This article is based on practical developments from the experience of teaching the discipline "Fundamentals of design and computer graphics". The authors consider the curriculum and its relationship with project disciplines.

**Keywords:** spatial thinking, computer graphics, 3D modeling. Corel Draw, Photoshop, Google Sketch Up, Autodesk 3Ds Max

Мария Александровна Кошман,  
старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия,  
Раис Ильсурович Низамов,  
студент,  
Казанский (Приволжский) федеральный университет

## **ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО БЛАГОУСТРОЙСТВУ ПАРКА «ПРИБРЕЖНЫЙ» ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЯДРА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО КАРКАСА Г. НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ**

**Аннотация.** Разработаны предложения по благоустройству парка «Прибрежный» – ядра экологического каркаса г. Набережные Челны. Спроектирован экологический проект-концепция с учетом всех факторов, воздействующих на исследуемый объект.

**Ключевые слова:** экологический каркас, структура экологического каркаса, ядро экологического каркаса, проект благоустройства, городской парк

Система озелененных территорий г. Набережные Челны представлена зелеными насаждениями общего пользования (парками, скверами, бульварами лесопарками и хвойными массивами), коллективными садами, озеленением пойменных территорий. Общее состояние зеленых насаждений города оценивается как ослабленное – сильно ослабленное. Фактически по каждому крупному объекту озеленения необходимо проведение комплекса агротехнических мероприятий. Основные структурные элементы системы озеленения города и пригородной зоны оказывают значительное многоплановое воздействие на состояние окружающей среды (ОС). А именно: поддерживают ход естественных биосферных процессов, оказывают климаторегулирующее влияние, снижают антропогенное воздействие на ОС, способствуют комплексному сбалансированному использованию природных ресурсов, улучшая условия хозяйственной деятельности, проживания и отдыха населения в условиях промышленного города [3].

Основным элементом структуры экологического каркаса (ЭП) г. Наб. Челны является ядро – парк «Прибрежный», обеспечивает сохранность биологического разнообразия, а также поддерживает устойчивость природной среды города [2]. Парк основан в 1950-х гг., площадью 265,2 га. Расположен в черте города, в прибрежной полосе Нижнекамского водохранилища в северо-западной части микрорайона «Новый город», вблизи проспекта «Чулман». Северная часть парка граничит с Нижнекамским водохранилищем, а южная, западная и восточная примыкают к городу. Основные посадки были произведены в 1970–1980 гг. одновременно со строительством города [3] (рис. 1).

Совместно со студентами кафедры «Природообустройства и водопользования» КФУ были разработаны предложения по экологичному благоустройству в виде проект-концепции для парка «Прибрежный». Были учтены местоположение, особенности растительного и животного миров, антропогенная нагрузка, а также значение для города исследуемого объекта (рис. 2).

Основная задача проекта благоустройства исследуемого парка – грамотно заполнить лесопарк в контексте дикой природы, сохранить и повысить биоразнообразие природного объекта, выстроить функцию зон данного пространства для публичного использования горожанами, как в активном, так и в спокойном отдыхе [1].



**Рис. 1. Схема природно-экологического каркаса г. Набережные Челны**



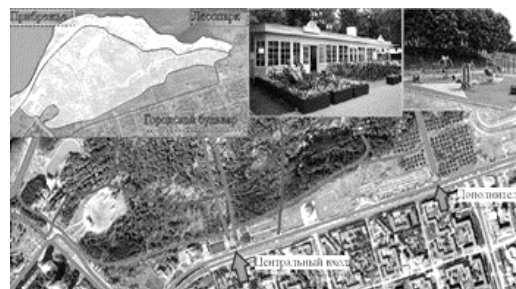
**Рис. 2. Фото общего вида Парка «Прибрежный»**

Проект – концепция благоустройства парка «Прибрежный» предусматривает деление территории парка на три зоны: городской бульвар; лесопарк; побережье (прогулочная и природная зоны) (рис. 3). Пространственно-коммуникационная связь разработана на основе уже сформированной пешеходно-тропиночной сети.

Городской бульвар – южная часть парка. Городские мероприятия проводятся в данной общественной зоне. На этой территории предлагается разместить спортивно-досуговую и культурно-досуговую зоны. В спортивно-досуговой зоне предусмотрено расположить пункт проката спортивного инвентаря (по сезону), кинологический клуб и территорию для воркаута. В культурно-досуговой зоне предлагается создать аллею молодоженов (рис. 4).



**Рис. 3. Функциональное зонирование**



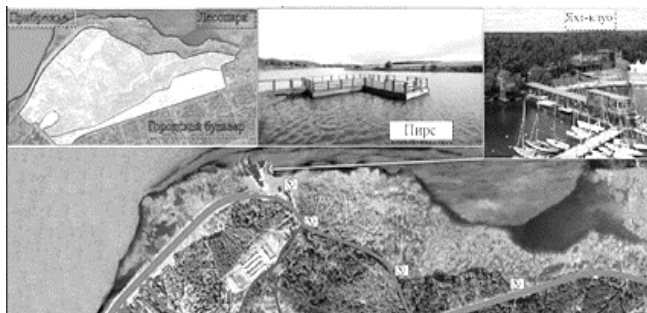
**Рис. 4. Зона городского бульвара**

Лесопарк – средняя часть парка. Данная зона располагает горожан для уединения с живой природой. Для сохранения существующего биоразнообразия, на данном городском объекте, планируется создать экопарк, основной идеей которого будет создание экотропы, использовать в рекреационных целях. Данный проект позволит соединить требования ландшафтной архитектуры, социологических требований, места обитания гидробионтов и обитателей прибрежной зоны. Также проектом разработано благоустройство озера «Лесное». Для образования рекреационной зоны экологического парка проектом предлагается создание следующих объектов: велосипедные и пешеходные дорожки: пешеходные экологической тропы; детская, спортивная площадки; обзорные площадки для отдыха; смотровая башня (рис. 5).

Прибрежье – береговая линия. В этой части парка горожане имеют возможность открытого доступа к воде. На территории прибрежья разработано две зоны: природная (дикая) и прогулочная на воде. Для водной-прогулочной зоны предложено установить три пирса из экологических материалов. Данная зона также входит в систему экологического парка. В концепции парка проработана природная (дикая) зона, на территории которой не предусмотрено антропогенное воздействие. Природная зона подразумевает выделение части территории прибрежья для сохранения естественных условий жизни обитателей парка (рис.6).



**Рис. 5. Зона лесопарка**



**Рис. 6. Зона прибрежья**

Для сохранения ценных природных объектов и их обитателей, на урбанизированных территориях, необходимо руководствоваться водным и градостроительным кодексам. Прибрежные территории водных объектов, независимо от их размеров, являются территориями общего пользования и на них распространяются действия градостроительных регламентов, согласно которым данные территории должны максимально сохранить природные качества. Экопарк в условиях города должен максимально сохранять имеющуюся природную среду. Вокруг него следует организовывать буферные зеленые зоны, где и следует планировать объект рекреационной структуры, не затрагивая природную центральную часть [4].

Парк «Прибрежный» является одним из важнейших и крупнейших природных объектов г. Набережные Челны. Важно сохранить и повысить качественные характеристики ядра природно-экологического каркаса города [5]. А также повысить эстетическую и рекреационную привлекательность территории для жителей и гостей города.

### Список литературы

1. Типы планировки как фактор формирования элементов экологического каркаса города / М.А. Кошман, Р.И. Замалетдинов, С.П. Митранов // Экология городской среды: история, современность и перспективы: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (25–26 октября 2018 г., г. Астрахань). – Астрахань: Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет», 2018. – С. 137–141.
2. Анализ экологического каркаса г. Казань и Приволжского района, как элемента структуры / М.А. Кошман, А.Р. Сафина, Н.М. Мингазова // Международный экономический форум «Экономика в меняющемся мире»: сб. научных статей (24–27 апреля 2018). – Казань: Изд-во Академии наук РТ, 2018. – С. 138–140.
3. Материалы экологического обоснования намечаемой деятельности в области обращения с опасными отходами (деятельность по сбору, использованию, обезвреживанию, транспортированию и размещению опасных отходов) ОАО «КамАЗ». – Наб. Челны: ООО «Поволжская экологическая компания», 2005. – 115 с.
4. Mingazova N.M., Malygina M.A. Problem aspects of creation of Ecological park around the small lake city (an example of Lake Chara, Kazan, Russia) // 4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts. SGEM 2017. Urban Planning, Architecture and Design: conference proceedings. – Vol. II. – Bulgaria, 2017. – Pp. 685–691.
5. Nabeeva E.G., Zamaletdinov R.I., Koshman M.A. Ways of Improving the Park «Pribrezhnyy» In Naberezhnye Chelny, Kazan Federal University Published: 1 January 2018 by BioAxis DNA Research Centre in HELIX HELIX. – Vol. 8. – Pp. 2833–2837.

Maria Alexandrovna Koshman,  
Senior Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Rais Ilsurovich Nizamov,  
Student,  
Kazan Federal State University

## PROPOSALS FOR THE IMPROVEMENT OF THE "PRIBREZHNY" PARK TO FORM THE SUSTAINABLY DEVELOPED CORE OF THE ECOLOGICAL FRAME OF NABEREZHNYE CHELNY

**Abstract.** Proposals for the improvement of the "Pribrezhny" park were developed. The park is the core of the ecological frame of Naberezhnye Chelny. As a result of the study the ecological project – the concept is designed taking into account all factors affecting the object under study.

**Keywords:** ecological frame, ecological frame structure, core of ecological frame, project of improvement, City Park

УДК 009

Мария Александровна Кошман,  
старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия,  
Альфия Рустемовна Сафина,  
студент,  
Казанский (Приволжский) федеральный университет

## РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОПТИМИЗАЦИИ СОСТОЯНИЯ ОЗЕРА «РОТАНОВОЕ» И ЕГО ТЕРРИТОРИИ (Г. КАЗАНЬ, УЛ. ГОЛУБЯТНИКОВА)

**Аннотация.** Малое городское озеро, подверженное высокому уровню антропогенной нагрузки, на стадии эвтрофикации. Прилегающая территория заброшена. На базе исследований разработаны рекомендации по экологической оптимизации состояния озера.

**Ключевые слова:** городское озеро, сквер, экологическая реабилитация, экологическая оптимизация

«На территории Казани выявлено около 250 разнотипных водных объектов, которые широко используются в рекреационных целях, для хозяйственного водоснабжения и водоотведения» [2].

Исследуемый водный объект располагается в центральной части г. Казань, в северной части Ново-Савиновского района по ул. Голубятникова, во дворе домов 24–30 (рис. 1). Территория озера ограничена придомовыми дорогами, северная часть – автомагистралью, с южной стороны у берега располагаются тепловой узел и стихийная парковка на «зеленой» зоне. Вблизи расположены общественные учреждения (рис. 2).

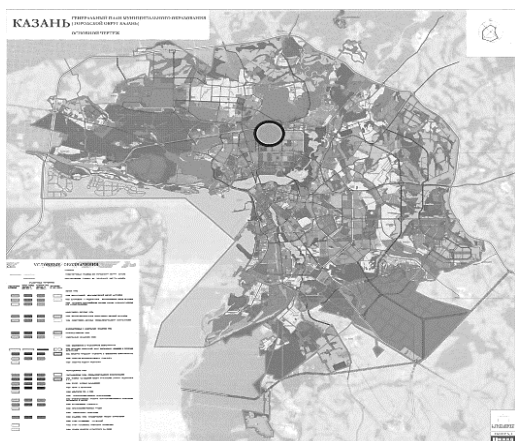
Озеро имеет смешанный тип питания с преобладанием грунтовых вод, относится к типу малых и мелководных озер. Образовано путем выхода грунтовых вод в котлован, является искусственно образованным водоемом. Берега озера песчаные, местами иловатые. По батиметрическим данным:

– площадь зеркала озера составляет 0,59 га; длина озера 115 м; максимальная ширина озера 110 м; максимальная глубина озера 3,71 м; средняя глубина 1,42 м. Животный мир разнообразен. Древесно-кустарниковая растительность на территории озера бедная. По данным кадастровой карты озеро является муниципальной собственностью. С 2002 г. по 2015 г. площадь озера изменилась с 0,64 га до 0,59 га, так как в 2004 г. произошла несанкционированная



засыпка, остановленная жителями квартала. Данная реакция горожан обусловлена высоким рекреационным потенциалом территории [2].

При исследовании данного водного объекта и прилегающей к нему зеленой зоны, были выявлены следующие экологические проблемы: замусоривание озера и прилегающей к нему территории (берега); несанкционированная автостоянка вдоль берега озера с использованием земли под мойку машин; несанкционированный слив канализационных вод в озеро со стороны автомойки по адресу ул. Транспортная, 1а; зарастание береговой линии рогозом, неудовлетворительное состояние древесно-кустарниковой растительности; заболачивание озера (эвтрофирование); присутствие в озере ротана; береговая линия плотно подходит к дороге со стороны юго-запада; отсутствие ливневой канализации; отсутствие зоны покоя для птиц; отсутствие рекреационной зоны.



**Рис. 1. Расположение объекта в городе**



**Рис. 2. Космоснимок на 27.06.2015**

В концепцию по улучшению состояния озера и прилегающей территории входит основной комплекс экологических мероприятий: гидротехническая рекультивация; биотехническая рекультивация, рекультивация нарушенных почв; снижение объемов попадания в озеро загрязняющих веществ.

На основании проведенных исследований для улучшения состояния озера и оптимизации его территории рекомендуется создание сквера. Разработаны следующие мероприятия [3]:

1. Ручная очистка прибрежной зоны озера, а также берега, с привлечением местных жителей и проведение эковоспитания населения. Распределение по береговой линии мусорных баков.

2. Демонтирование несанкционированной автостоянки, рекультивация земли, подвергшейся антропогенному воздействию, и ограждение территории озера декоративной конструкцией высотой около 0,5 м, а также демонтаж ливневой канализации автомойки с последующим наложением штрафа.

3. Проведение для древесно-кустарниковой растительности санитарной (оздоровительной) обрезки, необходимо провести анализ существующей на территории объекта растительности и рекомендовать посадку или замену деревьев и кустарников;

4. Углубление дна озера с последующей очисткой, установка аэрационных систем и вылов головешек ротана, вселение иных видов рыб, способных уничтожать молодняк головешек ротана, сохраняя свою популяцию.

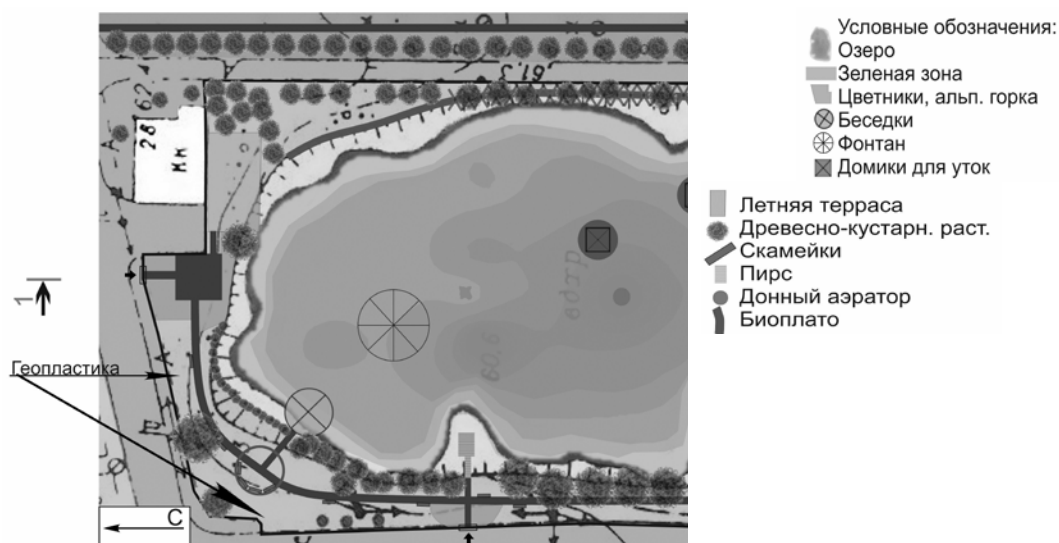
5. Установка ливневой канализации вдоль автомагистрали и внутридомовых дорог с целью устранения попадания загрязненной воды в озеро.

6. Обеспечение зоны покоя для птиц, обитающих на озере – установка домиков на воде.

7. В каждой зоне рекомендуется установка малых архитектурных форм, в частности, в зоне отдыха размещают скамьи, урны, беседки. Урны устанавливают в каждой зоне. Наибольшее количество урн рекомендуется использовать в зоне отдыха.

На базе вышеизложенных рекомендаций по экореабилитации водного объекта по ул. Голубятникова, было разработано проектное предложение создания городского сквера с озером (рис. 3). Архитектурно – градостроительный проект, с проработанным аспектом экологии. Данная работа отвечает всем требованиям нормативной документации [4].

В состав проекта вошли следующие схемы и предложения: градостроительный анализ, динамика изменения площади водного объекта, функциональное зонирование; экологические анализ и мероприятия; генеральный план; дендрологический план; подбор экологических материалов; подбор малых архитектурных форм; 3D визуализация. Проект разработан инженером – экологом, урбэкологом, при консультации гидробиологов, архитекторов и градостроителей, экологов [4].



**Рис. 3. Проект благоустройства прилегающей к озеру территории**

Создание сквера подразумевает сохранение и улучшение состояния природной зоны, а также восстановление и экологическую реабилитацию нарушенной территории [4].

Дальнейшее сохранение видового богатства животного мира возможно только в том случае, если для большинства видов по ландшафтному разнообразию, биотипам и экологическим нишам сохранится текущий минимум условий. Сквер по ул. Голубятникова необходим. При экологической реабилитации данная территория сохранится как полноценная единица экокаркаса и общественное пространство для жителей города. Сквер будет играть роль экологической локации в городской черте, нести в себе эстетическую функцию и быть местом отдыха горожан [1].

### Список литературы

1. Анализ экологического каркаса г. Казань и приволжского района, как элемента структуры / М.А. Кошман, А.Р. Сафина, Н.М. Мингазова // Международный экономический форум «Экономика в меняющемся мире»: сб. научных статей (24–27 апреля 2018). – Казань: Изд-во Академии наук РТ, 2018. – С. 138–140.
2. Инвентаризация и экологическая паспортизация водных объектов как способ сохранения и оптимизации их состояния / Н.М. Мингазова, О.Ю. Деревенская, О.В. Палагушкина, Л.Р. Павлова, Э.Г. Набеева, А.И. Галеева, И.С. Шигапов, Н.Р. Зарипова, Р.И. Замалет-

динов, Р.Р. Мингалиев // Астраханский вестник экологического образования. – Астрахань, 2014, № 2(28). – С. 37–43.

3. Проект экореконструкции и благоустройства озера Чишмяле Советского района г. Казани / Р.Р. Мингалиев, Н.М. Мингазова, З.Г. Тукманова, И.С. Шигапов, М.А. Малыгина // Сборник трудов VII Международного конгресса; Чистая вода. Казань. – Казань, 2016. – С. 122–126.

4. Mingazova N.M., Malygina M.A. Problem aspects of creation of Ecological park around the small lake city (an example of Lake Chara, Kazan, Russia) // 4<sup>th</sup> International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts. SGEM 2017. Urban Planning, Architecture and Design: conference proceedings. Vol. II. – Bulgaria, 2017. – Pp. 685–691.

Maria Alexandrovna Koshman,  
Senior Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Alfiya Rustemovna Safina,  
Student,  
Kazan Federal State University

### RECOMMENDATIONS ON ENVIRONMENTAL OPTIMIZATION OF THE STATE OF LAKE *ROTANOV* IN KAZAN AND ITS TERRITORY

**Abstract.** Small urban lake, exposed to a high level of anthropogenic load, at the stage of eutrophication. The adjacent territory is abandoned. Based on the research, recommendations on ecological optimization of the lake state were developed.

**Keywords:** city lake, square, environmental rehabilitation, environmental optimization

УДК 009

Мария Александровна Кошман,  
старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия,  
Аделя Равильевна Хузина,  
студент,  
Казанский (Приволжский) федеральный университет

### КОМПЛЕКС МЕРОПРИЯТИЙ ПО ЭКОРЕАБИЛИТАЦИИ ОЗЕРА «СЕРОВО» (Г. КАЗАНЬ, МОСКОВСКИЙ РАЙОН)

**Аннотация.** Разработан комплекс мероприятий по экореконструкции малого городского озера г. Казани. Мероприятия направлены на привлечение внимания к экологической ценности природной экосистемы, способе ее охраны и экореконструкции.

**Ключевые слова:** экологическая реабилитация, экологические мероприятия, эвтрофирование, городское озеро, экологическая ценность, природная экосистема

Озеро «Серovo» расположено в Московском районе г. Казани. Экологическое состояние оценивается как напряженное. Прилегающая территория и сам водоем подвергаются усиленному антропогенному воздействию. По периметру данной территории проложена автодорога. Жилой сектор, граничащий с озером, имеет плотную застройку многоэтажными домами (рис. 1).



**Рис. 1. Границы территории водоема и прилегающей к нему территории**

Исследуемая территория подвержена сильному шумовому и атмосферному загрязнению. Условия водосбора нарушены. Акватория и прибрежная зона загрязнены строительным мусором, хозяйственно-бытовыми отходами. На прибрежной территории выявлено большое количество сухостоя, который повышает угрозу пожаров, препятствует росту новой здоровой растительности, является распространителем стволовых вредителей, а также придает всей местности неэстетичный вид. Данная территория привлекает маргинальных личностей и располагает для несанкционированного сброса отходов, мойки автомобилей (рис. 2) [4].

С каждым годом происходит размывание берегов и оседание, приводящее к обмелению и зарастанию озера, прибрежной территории. Поступление в водоем вод ненадлежащего качества, различных вредных соединений, поверхностно-активных веществ приводит к эвтрофированию водоема (рис. 3).



**Рис. 2. Береговая зона**



**Рис. 3. Вид на озеро**

Разработанный комплекс мероприятий по экореставрации озера «Серово» основан на решении задач по восстановлению участков природных зон, улучшению качества воды, также для создания безопасной рекреационной зоны [1].

В качестве методов улучшения состояния данной территории, представлены следующие мероприятия:

1. Очистка водной и прибрежной территории от бытового и строительного мусора. Необходимо проведение полной очистки дна водоема путем удаления иловых отложений. Данная мера даст возможность поддерживать нормальное и безопасное функционирование гидрэкосистемы.

2. Углубление водоема. Мероприятие возможно провести только после очистки водного объекта. Углубление дна снизит негативное влияние существования ротана, (характерный вид для мелководных озер города Казани), на других представителей ихтиофауны.

Данное мероприятие должно реализовываться только с помощью малогабаритной техники, устанавливаемой на дно водоема. Изымаемый грунт передается по трубопроводу на специально оборудованную площадку на берегу. При таком подходе воздействие на окружающую среду минимально.

3. Санитарное прореживание береговых растений. Мероприятие благоприятно влияет на рост новой растительности и позволяет нормально существовать уже имеющимся видам флоры.

4. Увеличение площади водоема и изменение береговой линии. Анализ данного объекта выявил возможность расширения границ озера в северо-восточной части территории к существующей на данный момент автостоянке.

5. Укрепление берегов георешетками. При использовании данного вида укрепления, сохраняется целостность берегов, улучшается их форма. Этот способ характеризуется высокой надежностью и эстетической привлекательностью.

6. Увеличение уровня аэрации озера. Для насыщения водоема кислородом необходима установка каскадов и фонтанов на всей (увеличенной) площади водного объекта.

7. Установление биоплато. Поглощая значительное количество биогенных элементов, высшие водные растения снижают уровень эвтрофикации водоемов. Они усваивают и перерабатывают различные вещества (фенолы, ДЦТ), способствуя осаждению взвешенных и органических веществ; насыщают воду кислородом; создают благоприятные условия для нереста рыб и нагула молоди; интенсифицируют очистку воды от тяжелых металлов и нефтепродуктов за счет нефтеокисляющих бактерий. В зарослях растений размножается зоопланктон, питающийся одноклеточными водорослями [2].

Предлагается заселить два вида растений: подводные – роголистник, элодея; плавающие – водный гиацинт, водокрас, ряска.

8. Заселение водоема ихтиофауной. Внедрение некоторых видов рыбы, (например, уклейки), привлечет орнитофауну и повысит биоразнообразие.

9. Рекультивация почвы. Существующую автомобильную стоянку предлагается реорганизовать и объединить с территорией озера. На данной территории рекомендуется размещение зеленого парка. Такое проектное решение позволит увеличить площадь водосбора реабилитируемого озера [3].

10. Ограничение от проезжей части. Территорию, относящуюся к водоему необходимо огородить изгородью. Линейная посадка древесно-кустарниковой растительности будет задерживать шумовое излучение, атмосферное загрязнение и увеличит площадь водосбора [1].

11. На прибрежной территории необходимо разработать систему экологических троп из экологических материалов, установить смотровые площадки.

12. Взаимосвязь природной и рекреационной составляющей. Необходимо выделить зону покоя и зону рекреации. Возможна установка детской игровой площадки. Немаловажным является постройка двух пирсов в западной части озера, расстановка светящихся урн и небольших фонарей в зоне пребывания людей. Данное мероприятие повысит эстетический уровень парка и привлечет внимание горожан.

13. Сохранение энергии. Внедрение современной спортивной площадки-электростанции. Энергия, вырабатываемая при использовании спортивного инвентаря аккумулируется и дает возможность подзарядить телефон или направляется на освещение в ночное время.

Без принятия ряда мер по экологической реабилитации озера и прилегающей к нему территории, процесс эвтрофирования приведет к окончательному зарастанию и заболачиванию акватории, и в конечном счете – к утрате водоема. Разработанный на базе исследований данной территории комплекс мероприятий по экореабилитации озера «Серово», направлен на привлечение внимания к экологической ценности природной экосистемы, способе ее охраны и экореабилитации [2].

## Список литературы

1. Мингалиев Р.Р., Мингазова Н.М., Тукманова З.Г., Шигапов И.С., Малыгина М.А. Проект экореабилитации и благоустройства озера Чишмяле Советского района г. Казани // Сборник трудов VII Международного конгресса; Чистая вода. Казань. – Казань, 2016 – С. 122–126.
2. Mingazova N.M., Malygina M.A. Problem aspects of creation of Ecological park around the small lake city (an example of Lake Chara, Kazan, Russia) // 4th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts. SGEM 2017. Urban Planning, Architecture and Design: conference proceedings. Vol. II. – Bulgaria, 2017. – Pp. 685–691
3. Nabeeva E.G., Zamaletdinov R.I., Koshman M.A. Ways of Improving the Park «Pribrezhny» In Naberezhnye Chelny, Kazan Federal University Published: 1 January 2018 by BioAxis DNA Research Centre in HELIX HELIX , Vol. 8. – Pp. 2833–2837;
4. Zamaletdinov, R. I.; Shigapov, I.S.; Nikitin, A.V.; Koshman, M.A.; Sultanova, L.Z. Development of the natural environment of the territory of Kazan: materials for environmental-historical analysis // Ad alta-journal of interdisciplinary research. 2017. 7. 2. – Pp. 64–66.

Maria Alexandrovna Koshman,  
Senior Lecturer,  
Kazan Innovation University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia,  
Adelya Ravilevna Khuzina,  
Student,  
Kazan (Volga Region) Federal University

### COMPLEX OF MEASURES FOR THE ECO-REHABILITATION OF LAKE "SEROVO" (KAZAN, MOSCOW DISTRICT)

**Abstract.** A set of measures for the ecological rehabilitation of a small urban lake in Kazan has been developed. The activities are aimed at drawing attention to the ecological value of the natural ecosystem, the method of its protection and eco-rehabilitation.

**Keywords:** ecological rehabilitation, ecological measures, eutrophication, urban lake, ecological value, natural ecosystem

УДК 74

Ирина Михайловна Майорова,  
старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### ГЕШТАЛЬТ ЦИФРОВОГО ДИЗАЙНА: ПОСТАНОВКА ВОПРОСОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Аннотация.** Исследование посвящено рассмотрению актуальному вопросу – цифровому дизайну как синтезу между дизайнером, создающий дизайн и пользователями, который формулирует новые социальные вызовы. Центральную место уделено вопросам изучения пользовательского пути для новых предложений дизайна. Также поднимаются вопросы исследования восприятия пользователя, гештальт принципов дизайна и гештальт системы цифрового дизайна, позволяющие целенаправленно управлять восприятием пользователей и создавать привлекательный дизайн.

**Ключевые слова:** цифровой дизайн, гештальт принципов дизайна, восприятие пользователей дизайном, концепции восприятия, информационные технологии, привлекательность дизайна

Информационное общество и цифровая коммуникация определяют новые парадигмы, которые напрямую влияют на теорию дизайна.

Дизайн эволюционирует из материальной в сторону цифровой среды.

Цифровой дизайн это творческий и чуткий синтез между дизайнером, создающий дизайн и пользователем, который формулирует новые культурные и социальные вызовы.

В таком контексте центральную роль играет вопрос изучения пользовательского пути для достижения новых предложений дизайна. Какими характеристиками должен обладать цифровой дизайн для привлечения пользователя к восприятию визуальной информации.

Существуют 5 основных характеристик цифрового дизайна.

1. Эстетичность: необходимость эстетики на физиологическом уровне.
2. Интерактивность: дизайн должен притягивать пользователя и побуждать взаимодействовать [1].
3. Эмпатийность: дизайн должен быть чувствителен к потребностям пользователей.
4. Функциональность и эргономичность; легкое восприятие для разных людей, в том числе с нарушением зрения. Дизайн должен быть приспособлен для разных устройств.
5. Адаптивность: отраслевые тенденции меняются, и пользователи положительно реагируют на другие дизайны, благодаря адаптивности можно легко вернуться к этапу разработки и внести изменения при необходимости [1].

Пользователь всегда взаимодействует с информацией, полученной от органов чувств, дорабатывая ее в своем сознании. Цифровой дизайнер, используя навыки кодирования, и концепции восприятия формирует пути пользовательского опыта, отслеживая эффективность визуальной коммуникации. Существует несколько концепций восприятия, рассмотрев которые можно понять, как пользователь считывает визуальную информацию.

Первая концепция восприятия связана с группировкой и разделением визуальных элементов, упорядочения в простую для восприятия форму. В этом смысле речь идет о эмерджентности (возникновение), пользователи сначала различают форму целиком, лишь потом детали. Вторая концепция – реификация, пользователи видят формы, которых не существует, глаза автоматически заполняют пробелы и создают формы даже при отсутствии деталей. Третья – инвариантность (неизменность), пользователи распознают одну и ту же форму, несмотря на искажения по цвету, форме, весу. Четвертая концепция связана с мультистабильностью восприятия, часто можно встретить в оптических иллюзиях, пользователь всегда пытается устранить неопределенности, в случае, когда есть варианты, он будет переключаться. Пятая концепция – основана на восприятии фигур – фона: воспринимая объекты в трехмерном пространстве, разделяя фон и передний план, глаз будет воспринимать все вокруг объекта как фон. И последняя – концепция прошлого опыта, субъективный личный или культурный опыт влияет на то, как будет интерпретирована форма [2].

Понимание, как пользователи интерпретируют визуальную информацию, помогает разъяснить, на каких гештальт принципах дизайна можно создать привлекательный дизайн.

Одним из важных принципов в дизайне – принцип простоты. Глаз автоматически выбирает самую простую интерпретацию формы. Если изображение включает несколько форм, то разум разделит или сгруппирует их в зависимости от того, какое решение будет наиболее простым. Понимание принципа близости интерпретирует пространственные отношения между объектами, то есть насколько близко друг другу или далеко они расположены друг от друга. Этот гештальт-принцип заключается в том, что объекты расположенные близко друг к другу воспринимаются как единая группа, даже если они не соприкасаются и отличаются размером, цветом, формой и другими характеристиками. Гештальт принцип сходства гласит, что объекты с аналогичными качествами, воспринимаются как часть одной группы.

Принцип общей судьбы говорит о том, что объекты воспринимаются как часть группы, если они движутся в одном направлении. Иначе говоря, между объектами, которые расположены вдоль одной невидимой линии, существует взаимосвязь. Закон общей судьбы часто позволяет показать движение. Принцип непрерывности заключается в том, что челове-

ческий глаз продолжает линии за пределы их конечных точек. Принцип завершения – глаз воспринимает форму как завершенную, даже если некоторые ее части отсутствуют, другими словами глаз стремится заполнить недостающую визуальную информацию.

Создавая дизайн и опираясь на эти принципы, можно целенаправленно управлять восприятием пользователей.

Рассмотрев характеристики восприятия и принципы дизайна можно вывести формулу гештальт цифрового дизайна. Слово «Gestalt» в переводе с немецкого языка означает «форма, вид, фигура», а производное от него слово «Gestaltung» – «оформление». Другие более или менее подходящие по смыслу русские аналоги – «целостность», «структура» и «модель» [3]. Гештальт цифрового дизайна – это взаимосвязанные элементы одной системы, состоящей из системного дизайн – мышления, художественной деятельности, визуальной информации, информационных технологий, пользовательского восприятия и действия пользователя, новой информацией.

Рассмотрев каждый элемент в отдельности, можно понять какую ключевую роль они играют, и как элементы взаимосвязаны и ни один не может быть исключен из циркуляции системы.

Информационные технологии используются во всех сферах человеческой деятельности, распространяются с помощью информационных потоков в обществе, образуя всемирное информационное пространство.

Информационные технологии позволяют оптимизировать и во многих случаях автоматизировать информационные процессы.

Автоматизация демистифицировала процесс создания дизайна. Возможно ли, обрести навык, воплощения идеи, устраняя дизайнера, как главного лица процесса. Каков предел развития? Речь идет об определенном уровне автоматизации, делающем излишним одну из граней мышления дизайнеров, а именно визуальную разметку: гармонию элементов и их размещение, размеры, расположение в пространстве, палитру красок, контекст, – все, что определяет законы композиции.

Эволюция общества заставила копировать принципы природы: симметрию, пропорции, формы и цвета. Возможно, что с помощью определенных параметров можно изучить принципы и исследовать возможности дизайнера до тех пор, пока реакция пользователей не достигнет удовлетворительной точки. Возможно, и такое, что процесс в будущем не будет требовать технических умений, и результат сможет удовлетворить эстетическую потребность пользователя. Технологии демократизируют специальные навыки, уберут посредников и станет возможным, непосвященным в цифровой дизайн развить минимум экспертных знаний, необходимых для получения удовлетворяющего запроса.

Информационным технологиям пока недоступны внутренние процессы человека. Невозможно запрограммировать компьютер под дизайн – мышление. Но именно цифровой дизайн значительно активизирует мышление дизайнера на новые идеи, становится ретранслятором мышления дизайнера, усиливающим эмоциональное воздействие дизайнерского замысла на потребителя и способствующим коммерческой успешности и инновационности проекта.

Дизайн-мышление в цифровом дизайне становится системным, дизайн рассматривается и с позиции синтеза, и с позиции анализа: дизайнер цифрового дизайна, синтезируя, работает над созданием, а анализируя, разбивает систему на отдельные элементы, чтобы понять, как они работают вместе, выявляя причинно – следственные связи. Системное дизайн мышление имеет более широкий концентрат вопросов: рассматривает дизайн с точки зрения пользовательского пути, экономики, производительности. Такое системное дизайн – мышление направлено на создание эффективных решений, более широкого масштаба.

### **Список литературы**

1. Что такое цифровой дизайн? Полное руководство (определение, типы, инструменты и многое другое) [Электронный ресурс]. – URL: <https://marketsplash.com/> (дата обращения: 11.11.22).



2. Визуальное восприятие и применение принципов гештальта в веб-дизайне [Электронный ресурс]. – URL: <https://lpgenerator.ru/> (дата обращения: 11.11.22).
3. Важная фигура: что такое гештальт и зачем его закрывать [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/458881-vaznaa-figura-cto-takoe-gestal-t-i-zacem-ego-zakryvat> (дата обращения: 11.11.22).

Irina Mikhailovna Mayorova,  
Senior Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## DIGITAL DESIGN GESTALT: SETTING THE ISSUES TO RESEARCH

**Abstract.** The research is devoted to the consideration of an urgent issue – digital design as a synthesis between a designer who creates a design and users who formulate new social challenges. A special place is given to the issues of studying the user path for new design proposals. The issues of user perception research, gestalt design principles and gestalt digital design systems that allow purposefully managing user perception and creating an attractive design are also raised.

**Keywords:** digital design, gestalt of design principles, user perception by design, concepts of perception, information technology, attractiveness of design

УДК 721.012

Хава Виситаевна Мицаева,  
аспирант,  
Томский государственный архитектурно-строительный университет,  
Томск, Россия

## ПРОЕКТИРОВАНИЕ ДЕТСКИХ ИГРОВЫХ ПЛОЩАДОК (ДИП): ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОКРЫТИЯ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ДИП

**Аннотация.** При проектировании детских игровых площадок следует учитывать множество факторов, определяющих безопасность детей, проводящих время на игровой площадке. Доступность отдельных частей игровой площадки и качество оборудования, типы используемых материалов с точки зрения долговечности, нетоксичности – это лишь некоторые из факторов, которые могут повлиять на безопасность.

В данной статье анализируются материалы покрытия детской игровой площадки как элемента проектирования, направленного на безопасность детей.

Целью исследования является определение фактического состояния детских площадок в Томске с точки зрения упомянутого аспекта, а также повышение осведомленности о важности проектирования безопасных детских площадок.

**Ключевые слова:** детские игровые площадки, поверхности, оборудование, проектирование ДИП, покрытие детских игровых площадок, защитное покрытие

В развитии ребенка очень важно удовлетворить потребность играть с самого начала для правильного развития его личности. Самопознание собственных способностей, самоуважение, командный дух, потенциал для разрешения конфликтных ситуаций, развитие различных вербальных и социальных навыков – это лишь некоторые из вещей, которым дети учатся благодаря игре со сверстниками. Сначала дома, с родителями, затем в детском саду со своими сверстниками и учителями, а в течение дня на детских площадках и игровых домиках [1].

Учитывая время, которое каждый ребенок проводит на игровой площадке, и важность времени, затрачиваемого на развитие психомоторных способностей ребенка, очень важно создать хороший и, в первую очередь, безопасный дизайн детских игровых площадок [2].

Безопасность детей – это самый важный вопрос, которому должно уделять максимальное внимание. «Российская Газета» ссылаясь на данные Всемирной организации здравоохранения, сообщает, что в России каждый год на ДИП происходит около 40000 несчастных случаев. Каждый десятый – смертельный [3]. Детская площадка должна быть продумана с точки зрения безопасности. Нет необходимости лишний раз говорить о том, что дети – это будущее нации, и нужно держать в приоритете этот вопрос [4].

При проектировании детских игровых площадок следует принимать во внимание множество факторов. Детям, пользующимся игровыми площадками, чаще всего от 3 до 12 лет. Оценка возраста детей как будущих пользователей очень важна при проектировании, потому что от этого зависит тип оборудования, которое будет спроектировано, которое обеспечит различные типы и уровни игр. Разные типы игр, то есть разные игровые зоны, будут привлекательны для разных возрастных групп детей.

Для дизайна детской площадки важны такие ключевые факторы, как доступность, разделение по возрастной группе, конфликтующие виды деятельности, надзор. В частности, необходимо принимать во внимание возможные травмы, чтобы свести риск к минимуму. Следует принять во внимание возможные падения с оборудования и вокруг него, необходимость в защитном поверхностном слое, который поглощает удары вокруг оборудования и под ним, размер отверстий для предотвращения попадания в них головы ребенка, различное оборудование и другие конструктивные характеристики, связанные с возрастом детей и расположением оборудования на игровой площадке, процедуры во время установки и технического обслуживания, опасность, связанная с острыми краями.

Выбор материалов должен основываться на многих характеристиках отдельных игровых площадок: высоте оборудования; возрасте детей, рассеивании элементов, нормальных погодных условиях и экологических проблемах.

Функциональность различных типов материалов является наиболее важной задачей для школы или государственного учреждения, которое устанавливает или модернизирует игровую площадку [5].

В этой статье автор, в первую очередь, изучает материалы, которые используются в качестве покрытия детских игровых площадок.

Покрытие игровой площадки является одним из наиболее важных аспектов безопасности в предотвращении серьезных травм в результате падений и кувырков. Идеальным покрытием для детской площадки является газон. Однако никакая трава не в состоянии выдерживать ежедневное вытаптывание. Поэтому в тех местах, где для игр собирается много детей и имеется большое количество оборудования, применяется твердое покрытие [6].

Существует два типа покрытий для детских площадок – сыпучие и монолитные материалы. Наиболее часто используемыми сыпучими материалами для заполнения поверхности являются древесная кора и измельченная резиновая мульча. Кроме того, наиболее часто используемыми единичными материалами являются резиновые маты (либо в виде плитки, либо в виде резиновой заливки), верхний слой почвы, а также ковровые покрытия.

Защитное покрытие должно поддерживаться надлежащим образом. Каждое отклонение может привести к значительному снижению защитной функции. Важно учитывать, что сыпучие материалы со временем уплотняются по крайней мере на 25% из-за использования и погодных условий, их наплавка часто требует частого технического обслуживания, чтобы гарантировать, что глубина всегда поддерживается выше минимального значения. Зоны под качелями склонны к рассеиванию, что требует постоянного ухода за этими зонами.

«Мягкие» виды покрытия, такие как песок, следует предусматривать на детской площадке в местах расположения игрового оборудования и других, связанных с возможностью падения детей. [6] Его поверхность легко разглаживается и дети любят в нем играть. Однако недостатком такого покрытия является то «крошки» стекла или некоторые другие материалы могут быть зарыты в песок и представлять опасность для детей. Кроме того, в условиях заморозки песок может стать твердым, как бетон, и его можно использовать только после того, как поверхность прогреется солнцем.

К твердому виду покрытия относится гороховый гравий – это старый материал для покрытия детских площадок. Преимуществами горохового гравия являются: экономичность, простота обслуживания и ровность поверхности, он не привлекает животных так, как песок. Недостатком горохового гравия является то, что он может представлять серьезную опасность удушья для детей в возрасте до трех лет, потому что они проглатывают зерна насыпи и засовывают их в нос или уши.

Древесная щепа – этот материал дешевле других, поэтому он подходит для детских площадок с ограниченным бюджетом. Этот материал легко найти, его легко перемещать с одного места на другое. Он не токсичен, не содержит красителей или добавок. Это хорошо для ослабления падения и поглощения ударов [7].

Недостатком этого материала является то, что он требует постоянного ухода. Он впитывает воду, поэтому его трудно слить, также склонен к гниению, и, согласно некоторым исследованиям, в среднем 25% материала необходимо заменять раз в год.

В последнее время разрабатываются новые материалы для покрытия, такие как связующее древесное волокно и комбинации насыпного и унитарного наполнителей. [8] Наиболее распространенными являются залитые на место резиновые поверхности. Широкая цветовая гамма позволяет добавить элемент графического веселья на игровую площадку, создавая инкрустированные формы и тематический дизайн. В большинстве случаев он состоит из двух слоев: амортизирующего слоя, изготовленного из чистой, переработанной резины шин, и декоративного износостойкого слоя. Он устанавливается поверх асфальта, бетона или уплотненного заполнителя на грунтовом основании. Преимуществами этого типа наплавки являются простота монтажа, доступность в различных цветах и возможность последующей окраски и декорирования.

Синтетический газон привносит в вашу игровую среду ощущение природы. Сначала укладывается слой травы, затем между лезвиями обрабатывается наполнитель, чтобы предотвратить сплющивание лезвия и снизить температуру поверхности. Такой тип поверхности имеет естественный вид, более холодную поверхность по сравнению с другими типами поверхностей, не требует высокого уровня ухода – ее не стригут, не поливают и она быстро высыхает, поэтому дети могут играть на ней после дождя.

Переработанная скрепленная резина – используются более крупные зерна переработанной резины, чем в случае с заливаемой резиной. Здесь нет швов, как в резиновой плитке. Такой вид наплавки дешевле, чем упомянутый ранее. Поверхность пористая и обеспечивает проникновение воды, состоит из точной комбинации не содержащей проволоки, очищенной пигментированной переработанной резины и полиуретанового связующего. Он устанавливается и затирается вручную, чтобы обеспечить эластичный, бесшовный внешний вид.

На сегодняшний день ДИП проектируют так, что вокруг песочниц и плескательных бассейнов укладывают плитки полосой в 1,0–1,5 м, благодаря чему легче собрать разбросанный песок в песочницы и сохранить газон вокруг бассейна. Покрытие из плиток применяют также перед скамьями, иначе здесь образуются углубления, которые заполняются дождевой водой и плохо просыхают. Вместо бетонных плиток для покрытия игровых площадок можно использовать монолитный бетон. Чтобы оживить однотонные покрытия из бетона и придать им живописность, используют различные вставки из цветного бетона или других по фактуре и цвету материалов.

На площадках и дорожках, где дети катаются на велосипедах, самокатах и роликовых коньках, и на площадках, где изучаются правила уличного движения, обычно применяют асфальтовое покрытие. Нередко его делают разноцветным.

В настоящее время нередко в качестве покрытия применяются различные искусственные материалы, которые делают игровую зону более комфортной. Например, для игровой зоны подойдет нескользкое, прочное, долговечное, различное по цветовой гамме покрытие из резиновой крошки. Оно хорошо пропускает воду, быстро высыхает после дождя, легко убирается и моется. В случае повреждения может быть быстро заменено. В зонах повышенного риска из этого материала могут быть выполнены толстослойные пружинящие «зоны безопасности» [6].

Детские игровые площадки в нашей стране имеют неадекватное покрытие. Чаще всего это асфальт, бетон или грунт. Часто бывает, что данная почва смещается из зон воздействия (под качелями и горками), что увеличивает высоту падения ребенка, тем самым оборудование становится небезопасным. Игровые площадки, спроектированные за предыдущие десять лет, включают в себя резиновые элементы, такие как резиновые плитки или налитая резина, размещенных под качелями и горками. Учитывая длительное использование таких игровых площадок и отсутствие технического обслуживания, покрытие частично или полностью повреждено.

Следует отметить, что в отличие от российских, советские детские площадки считались относительно безопасными. Этот факт вызывает у населения нашей страны чувство ностальгии по исчезновению этих пространств [9].

В настоящее время, с легкодоступными адекватными материалами и с большим количеством рекомендации по использованию материала в мире и на местном уровне, а также правила безопасности на детских игровых площадках, не являются оправданием для дизайнеров и архитекторов игнорировать этот аспект при проектировании. Безопасно спроектированная игровая площадка и использование безопасных материалов, поддерживаемое в соответствии с рекомендациями, является гарантией безопасности детей при использовании игровых зон, что является первостепенной задачей любого из нас.

### Список литературы

1. Kane Ruth L., Design and equipment of playgrounds. Faculty of Building Sciences, Auburn University. – URL:<https://www.wbdg.org/resources/playground-design-and-equipment>
2. Marshall M. Materials for covering playgrounds approved by ADA and not approved Approved. – URL:[https://www.ncemch.org/child-care-health-consultants/Part2/2-4\\_playground\\_surfacing.pdf](https://www.ncemch.org/child-care-health-consultants/Part2/2-4_playground_surfacing.pdf) (дата обращения: 07.11.22).
3. Рыбникова, И. Качели печали // Российская Газета. 2017 (№ 7290). – С. 20. – URL: <https://rg.ru/2017/06/07/reg-cfo/kak-snizit-chislo-neschastnyh-sluchaev-na-detskih-ploshchadkah.html> (дата обращения: 07.11.22).
4. Ибрагимов И.А., Козюк Н.Б. Архитектурное проектирование детской игровой площадки для увлекательных игр: учеб. пособие. Мин-во науки и высш. образования РФ. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019.
5. Gaming equipment, chapter 6: Playgrounds, the city of Alexandria. 2012. – URL: <https://www.alexandriava.gov/> (дата обращения: 07.11.22).
6. Поляков Е.Н. Благоустройство дворовой территории. Детская игровая площадка: учеб. пособие. – Изд-во Томского гос. архит.-строит. Университета, 2010.
7. GTIMPAX Shock-resistant, affordable coating. – URL: <https://mrcrec.com/www/download/8.245> (дата обращения: 07.11.22).
8. Huber R. Covering playgrounds with Canadian Standards and practitioners, Canadian Playground Advisory Inc.
9. Mushtrieva M. Russian Playground – Soviet backyard. – URL: <https://waytorussia.net/WhatIsRussia/Architecture/Playground.html> (дата обращения: 07.11.22).

Khava Visitaevna Mitsaeva,  
Postgraduate student,  
Tomsk State University of Architecture and Civil Engineering,  
Tomsk, Russia

### DESIGNING CHILDREN'S PLAYGROUNDS: USING THE COATING TO ENSURE THE CHILDREN'S PLAYGROUND SAFETY

**Abstract.** When designing playgrounds for children, many factors should be taken into account that determine the safety of children spending time on the playground. The availability of individual parts of the playground and the quality of equipment, the types of materials used in terms of durability, non-toxicity are just some of the factors that can affect safety.

This article analyzes the materials covering a children's playground as an element of design aimed at the safety of children.

The purpose of the study is to determine the actual condition of playgrounds in Tomsk from the point of view of the mentioned aspect, as well as to raise awareness of the importance of designing safe playgrounds.

**Keywords:** children's playgrounds, surfaces, equipment, children's playground design, covering of children's playgrounds, protective coating

УДК 728.51

Радик Фаридович Мухутдинов,  
архитектор, к. п. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ТВОРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ДИЗАЙНЕРА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ СРЕДЫ И СОЗДАНИЯ УСЛОВИЙ ДЛЯ ГОСТЕПРИИМСТВА

**Аннотация.** В статье рассматриваются основные виды творческой деятельности дизайнера в процессе формирования гостеприимной среды в области индустрии туризма, системы общественного питания и других направлений социально-культурной сферы. Раскрываются наиболее значимые формы работы по созданию проектов общественных зданий, прилегающих ландшафтных территорий и интерьерных пространств. Наряду с проектной работой акцент сделан на некоторые психологические аспекты восприятия потребителем системы услуг предприятий туристической отрасли, представлены методы по подбору колористических, ароматических, музыкальных и других составляющих оформления общественных помещений, а также отдельные вспомогательные приемы создания гостеприимной среды. Сделан вывод о практической значимости работы специалистов в области дизайна среды при создании пространства для комфортной жизнедеятельности человека.

**Ключевые слова:** дизайн среды, гостеприимство среды, средовой дизайн, гостевой дизайн, дизайн интерьера, гостевая среда

Гостеприимство – достаточно емкий и широкий термин, включающий в себя различные аспекты коммуникативных взаимодействий личности и общественных групп в новой для себя среде, обстановке и окружающей действительности. Зачастую от эстетической сформированности внешней среды зависят мироощущения человека, его настроение, комфортное духовное и физическое состояния. Изучение воздействия внешней среды, средств визуальной коммуникации на человека являются одним из важнейших направлений в современной науке и данному вопросу посвящено немало трудов. Начало исследований в этом направлении приходится на середину XX века и разворачивается в основном вокруг проектирования пространства производственных помещений, учебных аудиторий, зон отдыха, детских дошкольных учреждений и т. д. [2; 6]. Основной упор делается на психологическое воздействие окружающего пространства на человека, его эмоциональное состояние и на формирование духовно-нравственного начала личности [3; 4]. Раскрываются механизмы взаимодействия человек – среда, где объясняется, что благодаря органам восприятия у человека формируется некий целостный образ внешнего мира [1].

В современном понимании влияние внешнего пространства на человека или общественную группу с точки зрения коммерческого использования чаще всего позиционируется как фактор гостеприимства и рассматривается в ракурсе деятельности индустрии туризма как одного из приоритетных направлений, а часто и ведущей отрасли экономики отдельных регионов и даже некоторых стран (Мальта, Хорватия, Таиланд, Ямайка). В современной практике гостиничный и сервисный бизнес также рассматривается как один из важнейших аспектов социально-культурной сферы. Индустрия гостеприимства в гостиничной, санаторно-курортной области и сфере услуг, выступают средством оздоровления нации, обеспече-

ния не только материального, но и морально-психологического комфорта людей, удовлетворения их эстетических запросов [5, с. 4].

Наиболее ярко контуры качественных показателей сферы гостеприимства прорисовываются в части активной творческой деятельности архитекторов и дизайнеров, которая представлена их работой в области проектирования малых архитектурных форм, зданий, интерьеров, ландшафта, создание фирменного стиля предприятий, презентаций, различных рекламных продуктов (видео и аудиороликов, лазерных шоу и др.).

Современный дизайнер в этом смысле является универсальным специалистом, своего рода режиссером комплексной постановки, в которой могут быть задействованы специалисты самых разных направлений и видов деятельности, например строители, портные, водители, технологи и т. д. На дизайнера проецируется множество вопросов, связанных как непосредственно с проектированием, так и с технологиями практической реализации проекта, а также контроль качества производства. Одним из наиболее значительных аспектов работы дизайнера при создании гостеприимной среды и психологического восприятия потребителем продукта проектирования является разработка фирменного стиля, в основе которого лежит проект бренда (англ. *brand book*). Вначале генерируется идея и разрабатывается некий общий концептуальный образ компании, а затем формируется полноценное решение по всем аспектам представления фирмы потребителям, куда входит весь визуальный ряд, описание концепции предприятия, методы построения коммуникации с клиентами и т. д. Фирменный стиль предприятия в сфере гостеприимства – это совокупность художественных образов здания с оформлением интерьерных пространств и прилегающих ландшафтных территорий, органичное сочетание корпоративного стиля в одежде персонала и предлагаемых товаров и услуг, комплекс аудио, видео, графических и сувенирных материалов, ароматов в помещениях и т. д. Работа над комплексом этих мероприятий способствует формированию общего положительного впечатления об организации, ее позитивного имиджа и может создать конкурентное преимущество на локальном и международном рынке. Кроме чисто художественных аспектов при создании фирменного стиля необходимо принимать во внимание и психологическое воздействие на потребителя собственно логотипа и названия фирмы, так как зачастую именно марка становится наиболее узнаваемым и запоминающимся символом, обоснованием и подтверждением качества услуг и продукции в сфере туристической деятельности предприятия на многие годы [8]. При разработке логотипа и названия фирмы следует принимать во внимание фактор новизны и оригинальности, так как зачастую можно встретить множество одинаковых названий и схожих образов с незначительными отличиями.

Специфической особенностью фирменного стиля современных предприятий сферы гостеприимства является подчеркивание особого уровня комфорта, не достижимого для конкурентов при сопоставимой стоимости услуг. Не случайно была введена в обиход пятизвездочная система градации уровня для отелей и постоянная необходимость проходить аттестацию на подтверждение этого уровня. Наряду с этим каждое предприятие системы гостеприимства старается внести в проект индивидуальные отличительные особенности в части оказания услуг и оформления среды, например это может быть роскошный ресторан с национальным колоритом или имитация естественных природных достопримечательностей типа пещеры, грота, озера и т. д.

Фирменный стиль предприятия индустрии гостеприимства направлен на формирование положительного имиджа организации с целью привлечения новых потребителей, увеличения финансового оборота, достижение договоренностей с партнерами. Имидж предприятия создается еще на стадии проектирования общей концепции, а также в процессе его жизнедеятельности в виде работы по рекламному продвижению на различных направлениях. Это PR-компании, создание дизайна веб-сайта и публикационная активность в социальных сетях, размещение рекламы на радио и телевидении, различная полиграфическая продукция в виде календарей, брошюр, путеводителей, сувенирной продукции и т. д. Первые знаки внимания к потребителю услуг компании сферы гостеприимства исходят из внешней комму-

никации и достигают своего апогея при выборе покупателем данной компании из множества подобных.

Потребитель, после получения первой позитивной информации в виде рекламных буклетов, листовок, сведений из интернета, оценки товарного знака и названия, по прибытии, первым делом, воспринимает и оценивает внешние архитектурные образы самого объекта гостеприимства, удобство подъездных путей, парковок, ландшафтное благоустройство, обученность и профессионализм встречающего персонала. Архитектурный облик здания и благоустройство прилегающих территорий в полной мере должен соответствовать общей концепции фирменного стиля предприятия индустрии туризма. Выбор отделочных материалов, соотношение стекла (окон) и стеновых конструкций, подбор естественного озеленения территории и другие вопросы решаются при взаимодействии архитектора и дизайнера.

Далее происходит восприятие интерьерного пространства. От качества оформления и художественного образа интерьера зависит эмоциональное состояние посетителей, достигается психологический комфорт, формируется положительный образ предприятия в сфере гостеприимства. Дизайн-проект интерьера, созданный на высоком художественном уровне характеризуется единством стиля, гармоничным цветовым решением, подбором отделочных материалов с учетом фактуры и текстуры, набором соответствующего оборудования, инвентаря и мебели, декоративных элементов, учетом характера естественного и искусственного освещения, вида из окон, функциональным зонированием пространства, распределением визуальных акцентов, расстановкой элементов знаковых коммуникаций, определением мест размещения персонала и т. д. При оформлении интерьеров могут использоваться специфические средства, например с упором на ретро, а зачастую даже на откровенную древность с потайными ходами, свечами и т. п.

Наряду с визуальным восприятием художественного оформления интерьера активно могут быть задействованы слуховые и обонятельные рецепторы. Так, например, музыкальное фоновое сопровождение посетителя может являться одним из элементов фирменного стиля. Подбор соответствующих музыкальных произведений осуществляется с решением основных задач по созданию благоприятной и комфортной среды. Это могут быть композиции классического, национального, современного жанра и др. специально подобранные по составу и воспроизводящиеся на определенном уровне громкости в соответствующих помещениях. Также при подборе музыкального ряда может учитываться специфика контингента посетителей по национальному, возрастному признакам и производится распределение музыкального сопровождения по времени суток. Важно подбирать качество звуковоспроизводящих устройств, учитывать в отделке помещений степень звукопоглощения определенными материалами и геометрические формы помещения, чтобы избежать явлений «флаттер» и резонанс [7, с. 142], накладывающих отпечаток на создание общего позитивного имиджа организации сферы гостеприимства.

Наряду с визуальным восприятием обоняние является одним из главных рецепторов человека и соответственно при проектировании интерьерного пространства помещений могут учитываться как определенные составляющие. Возможно совмещение использования в интерьере флористического оформления и обонятельного аспектов. Цветочные композиции гармонично дополняют интерьер, формируют образ завершенности и создают теплую душевную атмосферу. При этом сами живые цветы могут обладать определенным ароматом, а если используются искусственные или высушенные растения, то могут использоваться специальные ароматические композиции с использованием различных спреев, отдушек и т. д. При этом важно учитывать нейтральный химический состав препарата, чтобы посетители, страдающие аллергией, чувствовали себя комфортно. В современной ароматерапии разработана методика применения различных ароматов для оздоровительного эффекта и душевного равновесия. Согласно данной методике различные ароматы могут применяться в помещениях определенного функционального назначения.

Подбор материалов отделки помещений начинается с психологического восприятия поверхности по свойствам фактуры и текстуры. Предпочтительно использовать натуральное

дерево, камень, холст и так далее, т. е. те материалы, которые обладают естественными свойствами по звукопоглощению, не выделяют неприятных запахов и, отражая свет, создают комфортную обстановку. Дизайнеру также приходится обращать внимание на вопросы, связанные со средовой психологией, так как стрессовые факторы искусственной среды влияют на качество проектируемого жизненного пространства.

Наряду с пристальным вниманием к потребителю и его мироощущениям работа дизайнера предусматривает также создание благоприятной среды для персонала с учетом функций, которые выполняются в тех или иных помещениях. Создается комфортная рабочая обстановка, когда сотрудники предприятия могут не просто предложить и оказать соответствующую услугу, но сделать это таким образом, что посетитель почувствует не формальное к себе отношение, заботу и внимание. Следовательно, помимо эстетических функций, грамотно оформленный интерьер обеспечивает оптимальные условия для профессиональной деятельности и оказывает влияние на качество корпоративной культуры.

Таким образом, высокие требования в вопросах проектирования предприятия системы туристической и гостеприимства накладывают на дизайнера большую ответственность и предполагают наличие знаний, умений и навыков в различных областях смежных специальностей. Способностей к коммуникативным навыкам, нахождению компромисса в решении спорных ситуаций со смежниками, подрядчиками и заказчиками. Важной составляющей успешного воплощения проекта является также умение дизайнера доказать, обосновать и защитить свою идею и концепцию творческого замысла.

### Список литературы

1. Ананьев Б.Г. Сенсорно-перцептивная организация человека // О проблемах современного человекознания. – М.: Наука, 1977. – С. 49–148.
2. Дженкс Ч. Язык архитектуры постмодернизма. – М.: Стройиздат, 1985. – 485 с.
3. Добротворская С.Г. Организация развивающей среды в образовательном учреждении: учеб. пособие. – Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2017. – 176 с.
4. Нищева Н.В. Предметно-пространственная развивающая среда в детском саду. Принципы построения, советы, рекомендации. – СПб.: Детство-пресс, 2006. – 128 с.
5. Скараманга В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве: учебное пособие. – М: Финансы и статистика, 2005. – 192 с.
6. Степанов А.В., Иванова Г.И., Нечаев Н.Н. Архитектура и психология. – М.: Стройиздат, 1993. – 295с.
7. Штейнбах Х.Э. Еленский В.И. Психология жизненного пространства. – СПб.: Речь, 2004. – 179с.
8. Шуванов В.И. Психология рекламы. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 320с.

Radik Faridovich Mukhutdinov,  
Architect, PhD, Assistant Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### CREATIVE ACTIVITY OF THE DESIGNER AS A MEANS OF CREATING AN ENVIRONMENT AND CREATING CONDITIONS FOR HOSPITALITY

**Abstract:** the article discusses the main types of creative activity of the designer in the process of forming a hospitable environment in the field of tourism industry, catering system and other areas of the socio-cultural sphere. The most significant forms of work on the creation of projects of public buildings, adjacent landscape territories and interior spaces are revealed. Along with the project work, the emphasis is placed on some psychological aspects of the consumer's perception of the service system of tourism industry enterprises, methods for the selection of coloristic, aromatic, musical and other components of the design of



public spaces, as well as individual auxiliary techniques for creating a welcoming environment are presented. The conclusion is made about the practical significance of the work of specialists in the field of environmental design when creating a space for comfortable human life.

**Keywords:** environment design, environment hospitality, environmental design, guest design, interior design, guest

УДК 725

Элина Руслановна Низамиева,  
магистр,  
Казанский (Приволжский) федеральный университет,  
Искандер Зиннурович Раузеев,  
архитектор, доцент кафедры дизайна,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия,  
Инесса Алековна Фахрутдинова,  
архитектор, к. арх.,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В АРХИТЕКТУРНОЙ РЕНОВАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ

**Аннотация.** Реновация промышленных и производственных зданий является одной из актуальных тем современных городов. Статья рассматривает методы реновации на примере фабрики Алафузова (г. Казань) с предварительным, основывающиеся на определении предпроектного анализа объекта и изучении стандартов и функциональности.

**Ключевые слова:** реновация, промышленная архитектура, фабрика Алафузова, методы реновации

Реновация промышленных предприятий предполагает сохранение общего облика зданий с упором на изменения ее функциональности. В условиях комплексной реновации заброшенных промышленных зданий могут решиться ряд различных проблем, например, проблема жилья – за счет реновации и изменения функций на месте выведенного из города производства жители могут получить обновленные современные жилые дома. Такое обновление промышленной территории в свою очередь будет способствовать активному заполнению существующей бреши в структуре города.

Главные цели в программе реновации это использование городского пространства более эффективно, что приведет к обновлению инфраструктуры города, при этом придерживаясь ее исторической ценности. Поиск правильного баланса между сохранением и модификацией заброшенных промышленных зданий приведет к городскому разнообразию и улучшит социальные и экономические показатели города.

**Методы.** Для того чтобы дать общее понимание такой темы как современные тенденции в архитектурной реновации промышленных предприятий и производственных комплексов, обратимся к методам улучшений условий зданий. Для этого необходимо произвести реновацию, в результате которой изменяются технико-экономические характеристики. При выполнении реновации можно проводить изменения не только одних частей, к примеру, количество этажей, площадь здания, но и всего комплекса, расположенного на прилегающей территории.

С помощью реновации идет модернизация устаревших зданий. Благодаря этому стоимость в итоге ниже, нежели строительство с нуля. Популярна реновация изменением объекта

его функционального назначения, т. е. в случае решения полного изменения внутренней планировки. Также встречаются и другие способы применения реновации в антикварных зданиях.

Реновация для каждого объекта происходит по-разному – ведь каждое здание уникально по своему плану и конструкции, также учитывая прилегающую территорию, беря в расчет городское окружение. Каждый проект по модернизации промышленных зданий должен нести в себе не только концепцию, планы, зонирование, но и историческую составляющую, дабы не нарушить городской ритм.

Так мы можем увидеть, что после реновации, заброшенная промышленная архитектура может кардинально поменять свою составляющую, преобразуясь в те же студии, офисные центры, отель или же в целые жилые комплексы, которые будут функционировать, тем самым вливаясь новым потоком в жизнь города.

В качестве примера архитектурной реновации промышленных предприятий и производственных комплексов рассмотрим бывшую швейную фабрику «Алафузова» в городе Казани (рис. 1). Данное здание принадлежало капиталисту-миллионеру Алафузову, находится на улице Гладилова (ранее Архангельская), одной из наиболее оживленных магистралей Кировского района Казани. Также, недалеко находятся старейшие в городе Адмиралтейская, Ягодная и Пороховая слободы, в которых также начаты работы по реновации промышленных территорий под жилищную и общественно-деловую застройку [3].

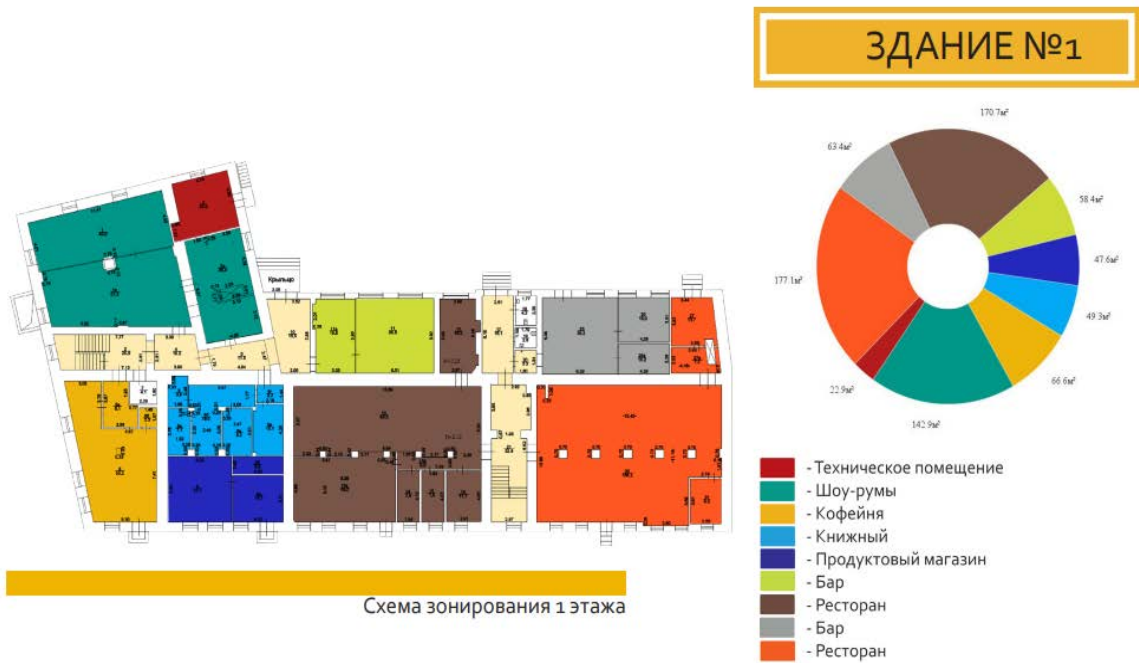


**Рис. 1. Текущее состояние фабрики «Алафузова» (фото Э.Р. Низамиевой)**

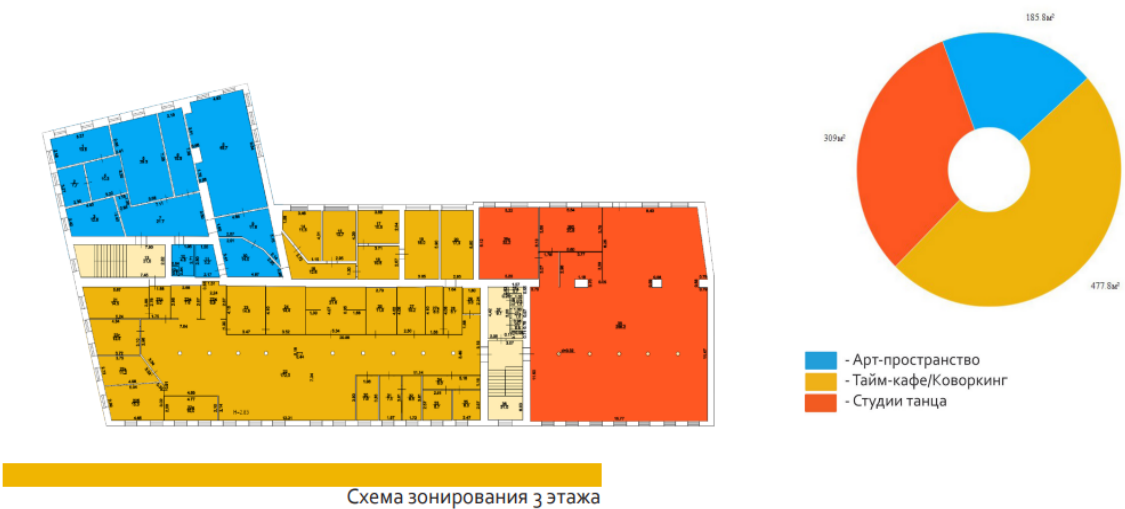


**Рис. 2. Текущее состояние внутреннего пространства фабрики «Алафузова» (фото Э.Р. Низамиевой)**

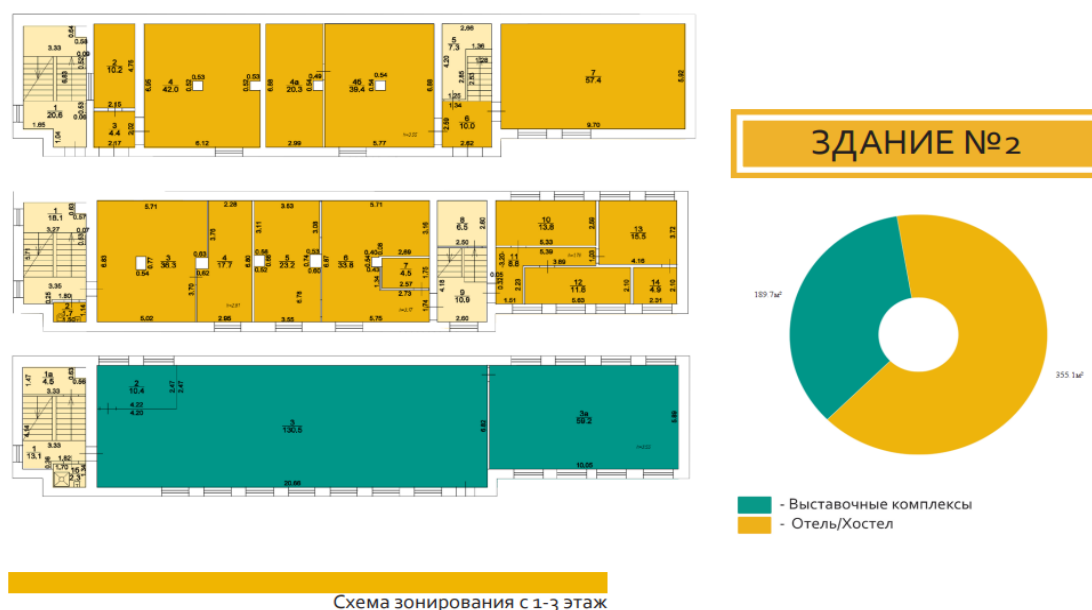
Территория фабрики может стать прекрасным местом для жизни и бизнеса. На территории располагаются два здания, которые условно можно разделить на три корпуса, и внутренний дворик. Первые этажи можно отнести под торговые помещения, в то время как на верхних этажах, можно разместить офисные лофт-пространства различных площадей и конфигураций. Внутренний дворик дает возможность побыть в уединении, так и собраться целой компанией для обсуждения планов. Здесь также могут проходить ярмарки, ивенты, концертно-выставочные мероприятия [3].



**Рис. 3. Схема функционального зонирования 1-го здания, 1 этажа фабрики «Алафузова»**



**Рис. 4. Схемы функционального зонирования 1-го здания, 2 и 3 этажей фабрики «Алафузова»**

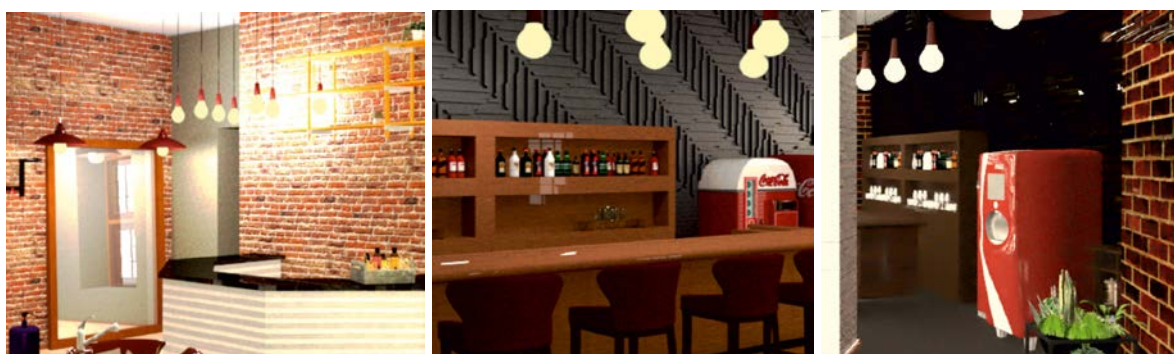


**Рис. 5. Схема функционального зонирования 2-го здания с 1–3 этаж фабрики «Алафузова»**

Мы можем увидеть, что после реновации, заброшенная промышленная архитектура может кардинально поменять свою составляющую, преобразуясь в те же студии, офисные центры, отель или же в целые жилые комплексы, которые будут функционировать, тем самым вливаясь новым потоком в жизнь города.

Каждый элемент объекта реновации требует к себе внимательного отношения и самостоятельного анализа – каждое здание в нем уникально по своему плану и конструкции. Также необходимо при анализе объекта учитывать прилегающую территорию, беря в расчет городское окружение. Проект на каждое из зданий по модернизации промышленного объекта должен содержать не только концепцию, планы, зонирование, но и историческую составляющую, которая должна стать обоснованием для тех или иных решений по реновации здания.

Одной из концептуальной составляющей реновации, фабрики Алафузова стал проект фрагмента здания № 1, выполненной магистром Низамиевой Э.Р., под руководством Раузеева И.З. В проекте предложена новая функция и перепланировка и редизайн существующего пространства. Им стал фрагмент здания, общей площадью 154 квадратных метра, в котором предложено оборудовать барбершоп, приходящийся на посетителей среднего возраста – 25–30 лет. Интерьер выполнен в стиле лофт (рис. 6).



**Рис. 6. Визуализация интерьера барбершопа**



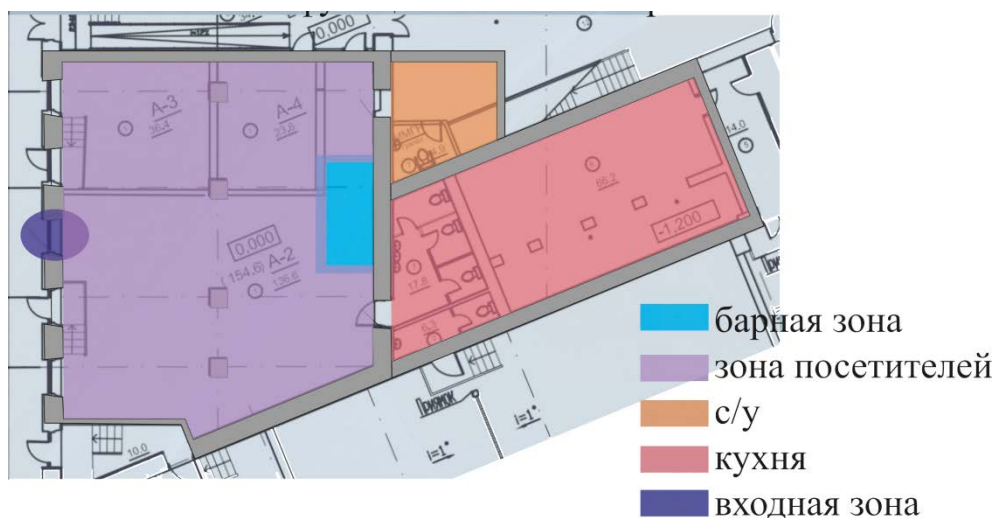


**Рис. 7. Функциональное зонирование пространства барбершопа**

При всем при этом, стоит помнить о приемах, которые учитываются при реновации промышленной архитектуры [2]:

- колорит города;
- ритм города;
- подбор материалов.

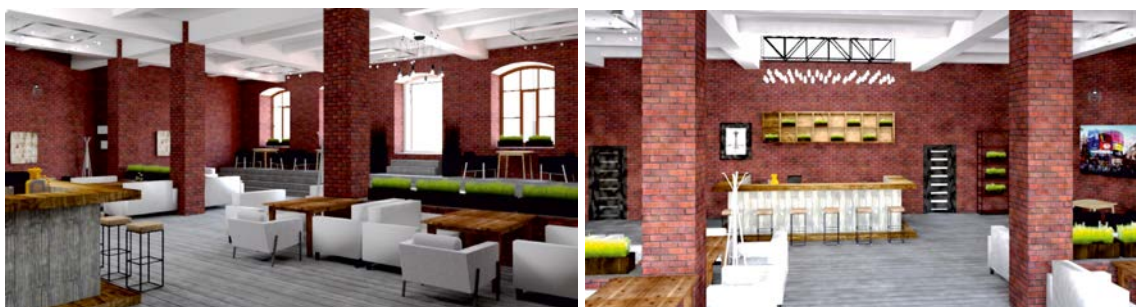
Перейдем к следующему фрагменту здания фабрики «Алафузова» (рис. 8, 9, 10). На сей раз предлагается переоборудовать помещения под ресторан. Авторами предложена перепланировка помещения под новые функции, концепция дизайна ресторана. Эти концептуальные предложения даже без расчета экономической составляющей на реновации показывают потенциал территории заброшенной фабрики, перспективные возможности сохранившихся зданий измениться функционально и эстетически, стать местом привлечения молодежи, что активизирует и оживит деградирующую на сегодня территорию бывшей промышленной зоны.



**Рис. 8. Функциональное зонирование пространства ресторана**



**Рис. 9. Визуализация фасада ресторана**



**Рис. 10. Визуализация интерьера ресторана**

**Выводы.** В результате исследования и экспериментального проектирования приходим к выводу, что промышленные здания и производственные комплексы позволяют заново прочесть и осмыслить историческую архитектуру, методы, способы, на которые они наталкивают дизайнеров и архитекторов, созданием проектов, связанных с реновацией. Найдя связь между, казалось бы, старым зданием и современным городом, можно раскрыть новую ценность, выбранного объекта своей проектной деятельностью, а именно претворить в жизнь и получить в итоге преобразование, которое создаст идеальный образ видимого будущего архитектуры.

Данное исследование является для магистерского исследования лишь первым шагом по осмыслению отечественной культуры по реновации промышленных зданий Казани на примере фабрики Алафузова, но переосмысление таким образом заброшенных промышленных предприятий позволит в дальнейшем выявить магистранту твердое представление основ реновации промышленных территорий и выведет на основную цель – показать, что реновация промышленных территорий является направляющей, которая позволяет под другим углом переосмыслить лик города, не изменяя его исторической ценности.

### **Список литературы**

1. Дрожжин Роман Александрович Реновация промышленных территорий // Вестник СибГИУ. – 2015. – № 1(11). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/renovatsiya-promyshlennyh-territoriy> (дата обращения: 23.11.22).
2. Золотых М. А. Реновация промышленных зон в современных условиях города // StudArctic forum. – № 2(6) – 2017. – С. 8.

3. Тукмакова М.Р., Фахрутдинова И.А. Творческие индустрии, как метод ревитализации льнопрядильной фабрики Алафузова в г. Казани // Известия КазГАСУ. – 2017. – № 2(40). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskie-industrii-kak-metod-revitalizatsii-lnopryadilnoy-fabriki-alafuzova-v-g-kazani> (дата обращения: 23.11.22).

4. Цитман Т.О., Богатырева А.В. Реновация промышленной территории в структуре городской среды // Инженерно-строительный вестник Прикаспия: научно-технический журнал / Астраханский инженерно-строительный институт. – Астрахань: ГАОУ АО ВПО «АИСИ», 2015. – № 4(14). – С. 29–35.

Elina Ruslanovna Nizamieva,  
Master Degree Student,  
Kazan (Volga Region) Federal University,  
Kazan, Russia,  
Iskander Zinnurovich Rauzeev,  
Architect, Associate Professor,  
Fakhrutdinova Inessa Alekovna,  
Architect, PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## MODERN TRENDS IN ARCHITECTURAL RENOVATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISES AND INDUSTRIAL COMPLEXES

**Abstract.** Renovation of industrial and industrial buildings is one of the topical issues of modern cities. The article considers renovation methods on the example of the Alafuzov factory (Kazan) with preliminary, based on the definition of a pre-project analysis of the object and the study of standards and functionality.

**Keywords:** renovation, industrial architecture, Alafuzov factory, renovation methods

УДК 338.48

Ангелина Юрьевна Репницына,  
магистрант,  
Алтайский государственный университет,  
Барнаул, Россия

## АРХИТЕКТУРА, ДИЗАЙН И ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ТВОРЧЕСТВО, КАК ИНСТРУМЕНТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА НА АЛТАЕ

**Аннотация.** Архитектура – это важная часть зрительно-эстетического наслаждения в обществе, будь то исторический центр города, рядом с которым расположился современный бизнес-центр или самобытная и уютная деревня в регионе на фоне природы и величественных гор. Этот фактор особенно важен в индустрии туризма и гостеприимства, когда турист приезжает на отдых для смены обстановки, окружающий архитектурный ансамбль должен вписываться в пространство, а иначе, если это сделано наоборот, то все будет восприниматься гостем как внешний раздражитель. В данной статье рассматривается архитектурный стиль индустрии гостеприимства на Алтае, приведены примеры отелей, проведен анализ внутреннего пространства средства размещения и дано их описание. Также, автором отмечены актуальные проблемы.

**Ключевые слова:** архитектура, туризм, архитектура Алтая, индустрия гостеприимства, дизайн-мышление

На протяжении истории развития туризма можно проследить, как происходила эволюция строений и их архитектурных решений своего времени для путешественника. Раньше, в основном, путешествовали только по торговым путям купцы, которые останавливались в

тавернах, гостевых домах, караван-сараях. С развитием христианства стали появляться паломники, путешествовавшие по святым местам, останавливаясь в кельях при монастырях, где их кормили, предоставляли ночлег, а паломники помогали монахам в различных хозяйских и бытовых делах.

С недавних же пор, как только туризм в мире становится полноценной экономической отраслью, возникают все новые технологические новинки, нарастает интеграция и глобализация, происходит формирование индустрии туризма и гостиничного бизнеса. Большинство людей с каждым годом все больше путешествует с деловыми целями, бурно развивается молодежный туризм и лечебно-оздоровительный. Часто у человека постиндустриального общества появляется желание сменить привычную обстановку для того, чтобы за короткие сроки наполниться энергией для новых целей или реализации проектов. В связи с этим инфраструктура гостиницы выходит на важный уровень: креативность, удобство. Для оправдания ожиданий комфорта и уюта отель должен стремиться к неповторимости и индивидуальности.

Архитектура в отеле играет одну из значительных и многогранных ролей для привлечения и желания вернуться вновь. В нее входит внутренняя организация пространства, внешние формы, ландшафтный дизайн и оригинальная задумка всего образа гостиницы. Каждый присутствующий элемент интересен сам по себе, но законченность идеи появляется только в комплексе, сочетаясь в эстетически грамотную композицию, становясь законченным изящным образом, в гармонии с общей идеей отеля.

Ранее грамотный синтез конструктивного расчета, эстетики и функциональности строения выдавал архитектурный ансамбль определенного времени. Рождение различных архитектурных стилей всегда определялось общественным укладом, тенденциями их развития, народными традициями, национальными особенностями страны, конфессиональной системой.

Сегодня планировочные решения гостиниц в архитектуре зачастую диктуются природно-климатическими условиями, культурой, историческими особенностями определенной области, ее устоявшимися архитектурными традициями. В первую очередь использование привычных для данной местности планировочных приемов, строительных и отделочных материалов, в сочетании с инновационными идеями, обеспечивает отелю столь привлекательный и необычный для приезжих национальный колорит. Применение в декоре и оформлении интерьера специфических деталей – произведений искусства или авторского дизайна, антикварной мебели или изделий ремесленного творчества завершает формирование цельного и яркого художественного образа гостиницы, запоминающегося клиенту на эмоциональном уровне. Кроме этого, огромное значение имеет рациональная функциональная организация пространства гостиницы: разделение его на гостевую и служебную зоны и обеспечение удобной связи между ними, а также современное инженерное оборудование.

На территории Алтая архитектура в индустрии гостеприимства не столь замысловатая, как в европейской части континента, где оставляли в истории свой неповторимый архитектурный след такие великие мастера, как Антонио Гауди, Карл Фридрих Шинкель, Винченцо Бренна и другие, хотя определенный круг архитекторов того времени реализовали свои проекты и на территории Российской империи. Ансамбль стилистических решений в постройках коллективных средств размещения на территории Алтайского края и Республики Алтай передает колорит местного населения и окружающей природы. В целом, специалисты индустрии гостеприимства, отельеры и дизайнеры, которые занимаются принятием решений по определенным проектам в курортных зонах, отдают предпочтение стилю «Шале», рассматривая его, как отражение самой сути духа и образа (в переводе Chalet – «пастуший домик»). Думается, это самое оптимальное решение для Алтая, с отсылкой на окружающую природу и запросы клиентов. В этом случае можно привести в качестве примера прием дизайн-мышления [4].

Дизайн-мышление – это поиск идеи, которая опирается на оригинальный, созидательный процесс в творчестве. Отличительное свойство дизайн-мышления от аналитического процесса состоит не в аналитике критических моментов, а в процессе креатива, вдохновения,



исследования, когда самые непредсказуемые замыслы приводят к оптимальному результату. Этот вариант ориентирован, прежде всего, на интересы пользователя. Формула «возможности технологий + учет интересов бизнеса + польза для человека» дает в результате устойчивый продукт [2].

Для привлечения постоянных клиентов очень важны средства размещения, которые ориентированы на дизайн. Отсюда у сотрудников возникает возможность наблюдать и анализировать реакцию клиентов и делать выводы об их желаниях. Эмоциональный момент во взаимодействии с гостем выходит на первоочередной план в сравнении с традиционным предложением. В текущих реалиях тенденция активно развивается и подхватывается крупными игроками рынка.

Поскольку целевой аудиторией является население европейской части России, приездом туристам по душе приходятся архитектурные и стилистические решения. Как замечено выше, с учетом территориальных признаков Алтай, используются те материалы, которые находятся в регионе. В нашем случае, как и на территории всей России, это древесина хвойных пород: ель, сосна, пихта, лиственница, кедр. Пятизвездочные отели, в основном, используют для строительства кедр. Камень кладется в основании фундамента, как для прочности строения, так и для общей атмосферы эстетики, которая создается для гостя. В отделке внутреннего пространства дизайнеры выбирают минимализм, так как Алтай считается местом силы, и туристы приезжают с целью отдохнуть, «перезагрузиться» и наполниться энергией, нет нужды нагромождать пространство ненужными деталями, которые отвлекают внимание от созерцания и медитации [3].

Во время отдыха гости большую часть времени находятся на улице, прогуливаясь по различным тропам и терренкурам, и именно это имеет смысл в акценте на ландшафтную архитектуру, чтобы глаз и сознание нагруженного компьютерной работой офисного работника большого города отдохнули. Для этого специалисты прибегают к следующим решениям. В зависимости от объема территории проводится зонирование, где разбивают сад, альпийскую горку, создают искусственный пруд или розарий. К примеру, на территории пятизвездочного отеля «Клевер» имеется свой огород, на котором выращивают овощи и зелень для ресторана, но, кроме этого, у самих гостей есть возможность попробовать, продегустировать свежие овощи и удостовериться, что продукты натуральные и свежие, выращенные на определенное количество человек. Весь огород оформлен очень аккуратно. Грядки технологически подняты выше уровня земли на 50–80 см и по периметру оформлены деревянными досками, теплицы, выполненные в форме полусфер, создают определенный «марсианский» колорит на фоне скалистых гор.

Отель «Алтай Резорт» категории 5 звезд может впечатлить любого туриста наличием большой территории со своим маральником, тремя озерами, терренкурной тропой, в целом, развитой инфраструктурой. Архитектура данного курортно-оздоровительного комплекса не столь отличается от других коллективных средств размещения Республики Алтай, так как в ней также используются природные строительные материалы, чтобы гармонично, а не вычурно, вписываться на фоне нетронутой высокогорной природы. Местный колорит подчеркивает сооружение аила, у местного народа, алтайцев, так называется национальное жилище. В индустрии гостеприимства такие национальные строения часто практически применимы, в данном случае аил используется как место для трапезы гостей с красивым видом. Стоит отметить, что очень качественно проработана ландшафтная архитектура отеля, расположенная ярусами на холмах местности. Геометризм искусственных форм рельефа, плоскости стриженного кустарника создают геометрическую упорядоченность в противовес живописному стилю с контрастным чередованием масштабов, формирующих композицию элементов.

Кроме того, на Алтае в районе живописнейшего Телецкого озера находится не менее примечательный отель «Altay Village Teletskoe 5\*». Это средство размещения очень популярно у гостей VIP-категории, как и предыдущее, отличающееся не только высококлассным сервисом, но и своим местом расположения на берегу озера, входящего в список Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО. На территории данного объекта также вы-

строены дома в стиле «Шале», который, как мы выяснили в большинстве случаев, является самым оптимальным архитектурно-строительным решением для Алтайского региона.

Отмечая художественный промысел, больше хочется обозначить проблематику. К сожалению, в регионе, несмотря на внушительный поток туристов со всей страны, недостаточно освещено творчество местных художников и деятелей искусства, как хотелось бы. В этой тенденции Алтай отстает от отелей-галерей в Москве и Санкт-Петербурге, где дополнительным доходом гостиницы являются произведения искусства: статуи, композиции, картины. В отелях, приведенных в примерах выше, лишь немного затронута тема алтайского искусства, и только в рамках сувениров на стендах или частных магазинах на территории. Картины, бубны, этнические атрибуты не используются в архитектурных и дизайн-решениях интерьера, либо используются очень косвенно и локально.

Таким образом, в индустрии гостеприимства методы дизайн-мышления могут обеспечивать новые технологические решения и подходы, ориентированные на интересы и желания гостей конкретного гостиничного предприятия. Выразительный пластический облик, самобытный, запоминающийся интерьер, использование национальных особенностей местной архитектуры и традиционных материалов – вот те архитектурные средства, которыми создается неповторимая атмосфера – неотъемлемая часть имиджа и престижа отеля.

### Список литературы

1. Браун Т. Дизайн-мышление: от разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
2. Денисова А.В. Дизайн организационных изменений // Справочник по управлению персоналом. – 2015.
3. Шилехина М.С. Дизайн-мышление как современный подход для создания инновационных продуктов // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. – 2013.
4. Думай, как дизайнер. Дизайн-мышление для менеджеров / Жанна Лидт, Тим Огилви. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.

УДК 71

Алсу Разыховна Сабирзянова,  
доцент,  
Светлана Геннадьевна Короткова,  
кандидат архитектуры, доцент,  
Искандэр Фуадович Сайфуллин,  
старший преподаватель,  
Казанский государственный архитектурно-строительный университет (КГАСУ),  
Казань, Россия

### ВИЗУАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ КАК ФАКТОР ГОСТЕПРИИМСТВА

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы визуальных характеристик городской среды с точки зрения комфорта и привлекательности для туриста. Обозначена важность контекста культурно-исторического поля и эстетических характеристик, обеспечивающих развитие бизнеса и качество повседневной жизни горожан и гостей города. Исследованием выявлены способы, позволяющие совершенствовать характеристики визуальных пространств города и формирующие их статус на основе «идентичности места».

**Ключевые слова:** городская среда, визуальный комфорт, гостеприимное пространство, образ города, городская идентичность, имидж города

На современном этапе развития городов важное место для увеличения их экономического потенциала занимает туристическая индустрия. Туристическая индустрия неразрывно связана с гостеприимством, как «культурной» формой бытового поведения [1]. Гостеприимство находит отражение на всех уровнях человеческого бытия. На уровне обслуживания гостей включаются церемонии чаепития, комфортное размещение, посещения культурных мероприятий, предоставление услуг и т. п. Особая роль отведена восприятию окружающей среды органами чувств, погружению в атмосферу города, ориентации в пространстве помещений, города, естественного природного окружения.

Забота о госте у каждого народа имеет культурные и самобытные корни, и повсеместно поддерживается, и сохраняется. Повседневное гостеприимство для каждой культуры транслируется как культурная традиция.

Гостеприимство как социальный институт развивался от традиции принимать гостей до сервиса, как услуги за вознаграждение [2].

С конца XX века развивается городской туризм, который подразумевает посещение населенных пунктов. Туристические цели охватывают широкий круг интересов от познавательных до деловых. Город становится центром притяжения с формированием всех возможных точек внимания для туристов [3]. Гостей привлекает атмосфера города, образ жизни, архитектура и дизайн. Наличие и сохранение культурно-исторического потенциала развивает любой город как туристический и гостеприимный. Гармоничные и эстетические градостроительные и архитектурные решения создают благоприятный фон, чтобы город стал привлекательным и гостеприимным туристическим объектом.

Города и деловые центры образуют в мировой экономике и в системе международного туризма устойчивый каркас. Городская среда формирует туристические потоки и испытывает их влияние на себе. Гостеприимство, в свою очередь, поддерживает и способствует развитию туризма как фактора процветания города и создания рабочих мест [4].

В данной статье рассматривается вопрос целенаправленного формирования образа города с точки зрения композиционного единства и феномена восприятия образа города как культурного и туристического центра. Город может иметь богатую историю, являться памятником природы или быть просто комфортным. За счет этого у туристов и жителей города формируется уникальное восприятие города. Образ города задает тон и статус внутреннему состоянию, расслабляет или напрягает психику [5].

Исследованиями о восприятии одного и того же города занимался К. Линч в начале 1960-х гг. Он пришел к выводу, что каждый человек в своем воображении собирает свой город. Эти воображаемые ментальные города индивидуализированы и наполнены событийными переживаниями [6].

Морозова Т.А. рассматривает «образ города» как «имидж» и «бренд», где имидж формируется с целью продвижения и ориентируется на потребителя, и предполагает определенную социальную группу. В процессе целенаправленно и спонтанно появляются актуальные бренды. В статье автор выявляет 11 городских характеристик, которые влияют на восприятие города и выявляет функции имиджевой политики [7].

Формирование архитектурного городского пространства в виде улиц, площадей, дворов и т. п. – процесс более длительный и требует привлечения крупного финансирования и специалистов из разных профессиональных областей. При этом визуальные характеристики городского пространства носят фоновый характер, способный существенно влиять на привлекательность города, как имеющего туристическую и гостеприимную ценность.

Ефимов А.В. и Мина А.П. в статье «Феномен городской идентичности» раскрывают важность узнавания и ощущения себя в городской среде и формулируют факторы, которые влияют на аспекты, в основе архитектурного проектирования транспортных и пешеходных путей [8].

Везнер Л.Н. анализирует структуру образа города в основных теоретических интерпретациях и формулирует основные характеристики. Образ города собирается из визуальных

символов города, персонификации с конкретными историческими лицами, и из специфического менталитета горожан [5].

В рассмотренных статьях делается акцент на то, что качественная городская среда обладает характеристиками способными привлечь интерес туриста. [9] Выделяют аттрактивность как способность привлечь внимание; экспрессивность как выразительность; мемориальность как связь с памятными событиями, явлениями и личностями; уникальность как единичность и неповторимость; редкость как раритетность и невозможность к дублированию.

Горелова Ю.Р. уделяет внимание специфике художественного образа города и представляет город ментальным конструктом, создаваемым городскими пейзажами [10].

На колорит города влияют звуки, запахи и тактильные элементы [11].

Городская среда естественным образом многослойна и профессионально сложносочиненна. Естественная уникальность городской ткани и жизни в ней позволяет развивать туристически привлекательный город.

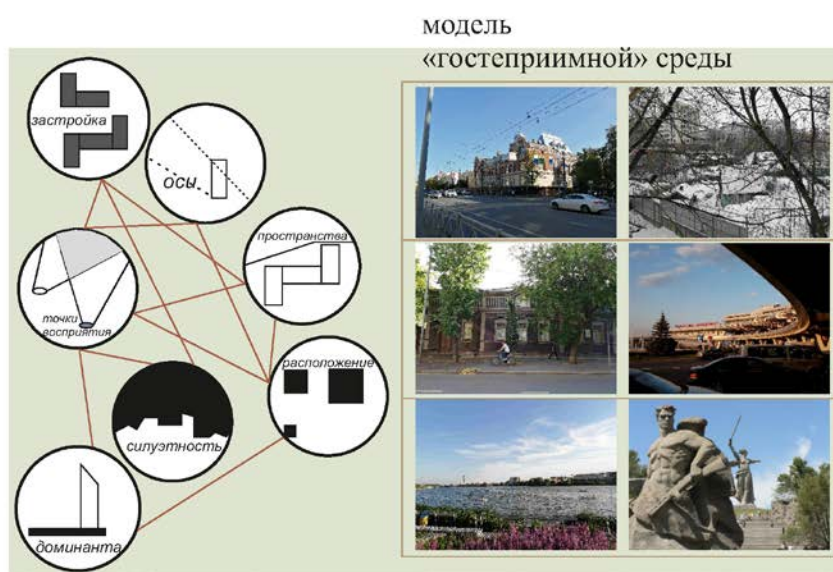
Горбань К.Е. выделяет композиционные и визуальные характеристики привлекательной городской среды [12]. К ним относятся композиционные оси, соотношение композиционных элементов, соотношение разных типов пространств, взаимосвязи доминант, бассейны видимости, характерные точки визуального восприятия, силуэт и т.п. Композиционные приемы формирования городского пространства способствуют понятной ориентации и внутреннему комфорту как в знакомой, так и в малознакомой, но узнаваемой среде. В процессе собирается образ как символ. Символ как средство культуры сохраняет и транслирует духовные ценности народов, событий и явлений. Символы гостеприимства в историко-культурном и пространственном измерении направлены на диалог и коммуникацию [1].

#### характеристики пространства

КОМПОЗИЦИОННЫЕ

ВИЗУАЛЬНЫЕ

ОБЪЕМНО-ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ



#### МОДЕЛЬ «ГОСТЕПРИИМНОЙ» СРЕДЫ

**Рис. Визуальный характер пространств в туристической модели города**

Визуальный комфорт городской среды и улучшение эстетических визуальных характеристик городской системы как целостного образования часто носит спонтанный характер. На практике часто реализуются решения функционально, информативно и эстетически неоправданные [13].

Поиск и формулирование профессиональной точки зрения на проблему «гостеприимных» пространств позволит анализировать существующую ситуацию, вырабатывать обоснованные предложения по реконструкции и формированию «новой» среды. В зависимости от поставленных задач следует обозначать стратегию и методы реализации, с учетом целей и тенденций.

В результате анализа выявилась необходимость формулировки принципов и методов формирования гостеприимной архитектурной среды.

Следует отметить, что визуальная городская среда может рассматриваться как «бизнес продукт». В то же время визуальная городская среда, как один из главных компонентов жизнеобеспечения, влияет на жизнь горожан. Визуальная городская среда приобщает к культурно-историческому полю, создает условия для бизнеса, обыденной жизни и отдыха. Визуальная городская среда повышает статус «идентичности места» и приглашает туристов.

Город в целом становится рукотворной непрерывной визуальной средой, которая притягивает как место проживания, как место культурного обогащения, место отдыха и досуга.

### Список литературы

1. Сипунова Н.Н. Символы гостеприимства в контексте истории культуры // Труды СПбГИК. – 2015. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/simvol-y-gostepriimstva-v-kontekste-istorii-kultury> (дата обращения: 02.11.22).

2. Вейнмейстер А.В. Гостеприимство: к определению понятия // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2013. – № 2(16). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gostepriimstvo-k-opredeleniyu-ponyatiya> (дата обращения: 02.11.22).

3. Мутавчи Е.П., Семенова Л.В. Городской туризм – драйвер экономики впечатлений // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2017. – № 6(4). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskoy-turizm-drayver-ekonomiki-vpechatleniy> (дата обращения: 02.11.22).

4. Гацук С.Ю. Архитектурно-пространственная композиция городского пространства как средство инкультурации // Человек в мире культуры. – 2015. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhitekturno-prostranstvennaya-kompozitsiya-gorodskogo-prostranstva-kak-sredstvo-inkulturatsii> (дата обращения: 02.11.22).

5. Везнер Л.Н. Структура образа города: основные теоретические подходы // ВЭПС. – 2014. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-obraza-goroda-osnovnye-teoreticheskie-podhody> (дата обращения: 02.11.22).

6. Линч К. Образ города / пер. с англ.: В.Л. Глазычев; ред. А.В. Иконников. – М.: Стройиздат, 1982. – 328 с.

7. Морозова Т.А. Имидж города как основа его продвижения // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2010. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-goroda-kak-osnova-ego-prodvizheniya> (дата обращения: 02.11.22).

8. Ефимов А.В., Мина А.П. Феномен городской идентичности // АМТ. – 2021. – № 1(54). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-gorodskoy-identichnosti> (дата обращения: 02.11.22).

9. Хуснутдинова С.Р., Закирова Ю.А. Городская среда как необходимое пространственное условие развития активного образа жизни и активного туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskaya-sreda-kak-neobhodimoe-prostranstvennoe-uslovie-razvitiya-aktivnogo-obraza-zhizni-i-aktivnogo-turizma> (дата обращения: 02.11.22).

10. Горелова Ю.Р. Город как концепт и визуально-художественный образ // Урбанистика. – 2018. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorod-kak-kontsept-i-vizualno-hudozhestvennyy-obraz> (дата обращения: 02.11.22).

11. Горелова Ю.Р., Межевикин И.В. Образ крупного города в восприятии его жителей // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2016. – № 4(13). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-krupnogo-goroda-v-voSPIRYatii-ego-zhiteley> (дата обращения: 02.11.22).

12. Горбань К.Е. Принципы композиционно-видовых связей (панорам) в понятии исторического поселения // Баландинские чтения. – 2020. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsiyu-kompozitsionno-vidovyh-svyazey-panoram-v-ponyatii-istoricheskogo-poseleniya> (дата обращения: 02.11.22).

13. Бутыревская И.Н. Принципы формирования искусственной световой среды архитектурного пространства: автореферат дис. ... канд. архитектуры: 05.23.21 / Бутыревская Ирина Николаевна; [Место защиты: Нижегород. гос. архитектур. -строит. ун-т]. – Нижний Новгород, 2013. – 24 с.

Alsu Vazikhovna Sabirzyanova,  
Associate Professor,  
Svetlana Gennadievna Korotkova,  
Candidate of Architecture, Associate Professor,  
Iskander Fuadovich Sayfullin,  
Senior Lecturer,  
Kazan State University of Architecture and Civil Engineering,  
Kazan, Russia

## VISUAL CHARACTERISTICS OF THE URBAN ENVIRONMENT AS A FACTOR OF HOSPITALITY

**Abstract.** The article deals with the issues of visual characteristics of the urban environment in terms of comfort and attractiveness for tourists. The importance of the context of the cultural and historical field and aesthetic characteristics that ensure the development of business and the quality of everyday life of citizens and guests of the city is indicated. The study revealed ways to improve the characteristics of the visual spaces of the city and form their status based on the "identity of the place".

**Keywords:** urban environment, visual comfort, hospitable space, image of the city, urban identity, image of the city

УДК 338.487

Виктория Сергеевна Смирнова,  
студент,  
Светлана Павловна Рассадина,  
к. т. н., доцент,  
Костромской государственный университет,  
Кострома, Россия

## ДИЗАЙН УПАКОВКИ КОСТРОМСКИХ СЫРОВ

**Аннотация.** В статье проанализирована история сыроварения, традиции ярмарок и гастрономических фестивалей Костромского края в контексте развития туризма. Проведен анализ современных производителей костромских сыров с точки зрения дизайна упаковки и целевой аудитории. Представлен дизайн-проект серии сыров и молочной продукции торговой марки «Воскресенский сыродел», отмечены перспективные направления развития данного бренда.

**Ключевые слова:** сыроварение, дизайн упаковки, Костромской сыр, гастрономический туризм, ярмарки, серия, иллюстрации, рекламный персонаж

Костромская область издавна славилась своими сырами и уже более ста лет бережно хранит лучшие традиции сыроварения, а молочные продукты знамениты не только высоким уровнем своих вкусовых качеств, но и тем, что они производятся из натурального и экологически чистого молока с местных ферм. По материалам Российской прессы именно сыры Костромской области сохраняют высокое качество и верность традициям сырного дела. Наиболее крупные предприятия по производ-

ству сыра находятся в Буйском, Вохомском, Мантуровском, Сусанинском, Костромском, Островском и Солигаличском районах.

Верность традициям сырного дела, свежее и натуральное сырье местных хозяйств, опыт мастеров-сыроделов – все это позволяет Костроме по праву называться сырной столицей России. Костромские сыры действительно стали «визитной карточкой» города, многие туристы приезжают в Кострому именно за молочной продукцией.

История костромских сыров берет свое начало в XIX веке. Зарождение традиций сырного дела связано, прежде всего, с именем купца Владимира Николаевича Бландова. В 1878 году в селе Андреевское Андреевской волости Костромского уезда открылась артельная сыроварня, ставшая первой в Костромской губернии и второй в России.

28 октября 1878 года был выпущен первый сыр. Сырье для производства привозили из близлежащих деревень и покупали у местных жителей по 45 копеек за пуд. На сыроварне трудилось всего 5 человек, вся работа выполнялась вручную, однако уже в первый год было изготовлено 800 пудов сыра (13 тонн), о чем свидетельствуют сохранившиеся архивные документы [1, 2].

Первые сыроварни того времени представляли собой небольшие мастерские в старинных деревянных домах. Центральное место занимала печь с подтопком, куда был вмазан чугунный котел для разогревания молока. Теплое молоко выливалось в большие деревянные чаны и створаживалось с помощью специального порошка – сычужного фермента из слизистой оболочки желудка теленка. Полученная масса отжималась от лишней сыворотки и с помощью специальных деревянных форм с прессом формовалась в сырные головки, которые отправлялись в погреб вызревать. После затвердевания поверхность сыра окрашивали анилиновыми красками [3].

Глядя на новое дело, сыроварни и маслосырзаводы стали открывать другие купцы и помещики Костромской губернии. Во второй половине XIX века наиболее предприимчивые из них открывали свои магазины и лавки, торговали продукцией на ярмарках и базарах. Одними из первых начали свою работу небольшие предприятия в Буйском уезде. Буйские сыры и сливочное масло очень славились, за ним приезжали из Ярославской и Вологодской губерний [4, 5].

Первые сыроварни были небольшими и использовали исключительно ручной труд, однако после революции начали появляться механизированные приспособления: сепараторы и центрифуги, паровые котлы, маслобойки, приспособления для прессовки. К середине XX века стали появляться первые государственные предприятия. Одним из них стал маслозавод в селе Воскресенье.

В настоящее время производством сыров и другой молочной продукции на территории Костромской области занимаются несколько крупных предприятий из Костромского, Буйского, Сусанинского, Мантуровского, Вохомского, Островского, Нерехтского, Солигаличского, Октябрьского районов, а также небольшие фермерские хозяйства.

В сфере туристического рынка в настоящее время стремительно набирает популярность концепция экономики впечатлений, которая подразумевает технологию создания впечатлений, а также сохранение их в памяти туриста на протяжении долгого времени [7].

Яркое и перспективное направление последних лет – *гастрономический туризм* и его важная составляющая – гастрономический сувенир. Такое направление в туризме возникло не так давно, однако сегодня эти слова вошли в моду. Во время гастрономических туров, туристы стремятся не только попробовать, но и приобрести различные брендовые продукты в качестве так называемых сувениров или в подарок близким: Тульские пряники, Алтайский мед, Вологодское сливочное масло, Костромские сыры [8].

С точки зрения продвижения гастрономический сувенир имеет ряд конкурентных преимуществ по сравнению с другими видами сувенирной продукции. Во-первых, это ощущение. Именно еда задействует сразу все группы чувств человека – гастрономический сувенир передает вкус, запах, цвет, и форму. Кроме того, гастрономический сувенир – одна из форм знакомства туриста с особенностями местной кухни, способ приобщения к традициям местных жителей [6].

В настоящее время в России складываются все возможности для успешного формирования туристических направлений в сфере гастрономического туризма. Особенное место среди них занимают познавательные и развлекательные мероприятия – гастрономические фестивали, которые запоминаются своей праздничной атмосферой [8].

Прямой предшественницей современного гастрономического фестиваля была *ярмарка*.

Согласно историческим источникам, первые ярмарки появились еще в X–XII веках. Тогда их называли «торги» или «торжки». Проходили они не только в крупных городах, но и в небольших деревнях и селах, длились всего несколько дней, а продавали здесь один товар. К концу XVIII – началу XIX века ярмарки получили широкое распространение и проводились уже по всей стране. Они играли важную информационную и культурную роль.

В каждом уголке России именно изделия русских народных промыслов выражают отличительные черты русской традиционной культуры, ее неповторимость – бережно хранят в себе все лучшие традиции.

Мастера и умельцы из Костромской губернии были известны далеко за пределами страны. Шапочный, ювелирный, маслобойный и гончарный промыслы, льняной текстиль, сырное дело, иконопись и многие другие промыслы стали культурным достоянием. Местом основания города Кострома служат торговые речные пути – многое здесь было приспособлено и подчинено удобству транспортировки и сбыта разных товаров, что исторически повлияло на формирование того самого «Характера» губернского города [9].

Торговля в губернии была сосредоточена на ярмарках. В середине XIX века в Костромской губернии насчитывалось свыше ста ярмарок. Крупнейшими центрами были: Кострома и Костромской уезд – Федоровская (Кострома), Ивановская (Судиславль); Нерехтский уезд – Богородская (Нерехта); Галичский уезд – Никольская (Галич); Макарьевский уезд – Крещенская (Макарьев); Буйский уезд – Покровская (Буй), Тихоновская (с. Молвитино), Михайловская (с. Контеево), Фроловская (с. Воскресенье) [10].

Ярмарки проводились несколько раз в год и длились всего несколько дней. В палатках, торговых рядах, лавках, магазинах и даже просто с телег купцы и торговцы продавали различные колониальные товары, а также изделия народного ремесла и промыслов, продукты хозяйства. Любая ярмарка по своему существу была настоящим праздником – широким гулянием для народа. На месте их проведения строились качели и карусели, устраивались красочные представления, конкурсы и игрища [4]. Ярмарочный шум не смолкал с раннего утра и до позднего вечера. Повсюду царил атмосфера праздника и веселья: играла музыка, выступали приезжие артисты, звучали народные песни и детский смех [10].

В Советской России, в послевоенные годы ярмарки утратили свое значение. Современные ярмарки больше отождествляются с гастрономическими фестивалями и выставками. Кроме того, ярмарки больше не рассматриваются производителями в качестве возможности так называемого «обмена опытом».

В то же время современные ярмарки продолжают носить социально-экономический характер: минимизируют и сокращают количество посредников между производителем и потребителями продукции, обеспечивают мобильность рынка, способствуют формированию информационного поля и притока туристов, и, как следствие, финансовых потоков и доходов в местный бюджет [11]. События, связанные с гастрономическим брендом и его продвижением, оказывают прямое воздействие на формирование притока туристов.

Возобновляются традиции проведения ярмарок в формате гастрономических фестивалей, возникает потребность в продвижении гастрономических сувениров, что подталкивает к налаживанию сотрудничества между местными производителями национальных блюд и потребителями. Такие мероприятия запоминаются своей невероятной праздничной атмосферой, помогают гостям города погрузиться в лучшие традиции местной культуры. [11].

В 2018 году Костромскому сырному делу исполнилось 140 лет. В последнее время на территории Костромской области сырную тематику поддерживают такие объекты и мероприятия как: Костромская сырная биржа, туристический комплекс «ВокзалЪ Кострома Сырная», Музей сыра, ежегодные ярмарки и фестивали, в том числе межрегиональных «Фестиваль сыра».



Важной составляющей мониторинга рынка сырной продукции стал анализ упаковки продукции конкурентов с точки зрения применяемых графических решений. Анализ показал, что современные производители поставляют сыры в виде сырных головок, массой от 1,5 до 7–8 кг. Таким образом, потребитель чаще всего видит не красивую наклейку на упаковке, а сырные «брусочки» – куски сыра массой около 200 грамм, завернутые в пищевую пленку.

Большую роль в продвижении товара может сыграть так называемая «туристическая» упаковка. Анализ дизайна упаковки костромских сыров показал, что не вся продукция ориентирована на потенциального туриста. На территории Костромской области такую упаковку используют лишь два производителя: Мантуровский сыродельный комбинат (рис. 1.) и Костромской сыродельный завод (рис. 2).



**Рис. 1. Упаковка сыра «Золотое кольцо», Мантуровский сыродельный комбинат**



**Рис. 2. Упаковка сыров «Старая Кострома», «РомановЪ» и «СусанинЪ», Костромской сырзавод**

Авторами статьи разработана серия упаковки для сырной продукции компании «Воскресенский сыродел» в основу дизайн-концепции которой положены образы российских ярмарок и история воскресенской сыроварни, разработан персонаж – костромской сыродел (рис. 3). Работа отмечена дипломом на Международном студенческом конкурсе дизайна упаковки «Заводной апельсин – 2022».



**Рис. 3. Дизайн серии молочной продукции компании «Воскресенский сыродел» (автор Смирнова В., КГУ)**

Разработка «сувенирной» и подарочной упаковки для костромских сыров в настоящее время актуальна. Благодаря интересной истории традиций сыроварения и богатому туристическому комплексу у Костромских производителей молочной продукции есть уникальная возможность к продвижению своего продукта. В свою очередь это позволит повысить конкурентоспособность брендов костромских производителей и их узнаваемость у потребителей.

### Список литературы

1. Кучин Н. П. Сусанинской тропой: Краеведческие заметки. – Кострома, 2000. – 216 с. (дата обращения: 17.11.22).
2. Кучин Н. П. Костромской край: города и веси. Географические названия Костромской области. – Кострома, 2000. – 338 с.
3. Сыр Костромской. История // Вкусы России 2021: офиц. сайт. – URL: <https://russiantastes.ru/nominees/2493503/> (дата обращения: 17.11.22).
4. Флеров В. Н. Город Буй – Земли Костромской уголок. – Кострома: Костромаиздат, 2000. – 400 с. – ISBN 978-5-98295-042-0.
5. Анохин А. Чистые слезы Дорского сыра // Костромская старина. – 1994. – № 6. – С. 39–40.
6. Косикова Л. В. Гастрономический сувенир в роли туристического бренда на территории Пермского края // Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент: материалы всероссийской конференции ВШЭ. – 2019. – С. 121–124.
7. Пайн Б. Д. II, Гилмор Д. Х. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: Вильямс, 2005. – ISBN 5-8459-0828-0.
8. Драчева Е.Л., Христов Т.Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2015. – С. 36–50.
9. Развитие товаропроизводства и торговли. Ярмарки и базары как крупные пункты сосредоточения обмена // Костромка: сайт. – URL: <https://kostromka.ru/kostroma/county/market.php> (дата обращения: 17.11.22).
10. Костромская земля. Краеведческий альманах Костромского фонда культуры. Вып. III. – Кострома: Издательско-полиграфическое предприятие «Кострома», 1995. – С. 13–29.
11. Московцев В. Лукьянова Ю. П. Эволюция ярмарок в России: социально-экономический аспект // Социально-экономические явления и процессы». Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина. – 2010. – С. 63–65.

УДК 379.821

Елена Александровна Титова,  
доцент, член Союза Художников России,  
Заслуженный деятель искусств Республики Татарстан,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### МАСТЕР-КЛАССЫ КАК СРЕДСТВО ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «АКАДЕМИЧЕСКАЯ ЖИВОПИСЬ»

**Аннотация.** Мастер-класс, как инструмент для проверки уровня подготовки специалистов, осваивающих Академическую живопись. Алгоритмы подготовки к Мастер-классам, показатели компетенций. Апробация Мастер-классов по Академической живописи на тему: «Методика выполнения натюрморта в разных художественных техниках» студентами групп второго и третьего курсов Казанского инновационного университета им. В. Г. Тимирязова в 2020–2021 и 2021–2022 учебных годах. Процесс проведения Мастер-классов, как позитивный опыт сотворчества.

**Ключевые слова:** Мастер-класс, Академическая живопись, воспитательно-образовательные задачи, этапы работы

Мастер-класс – современный, популярный в различных возрастных группах вид творческой деятельности. Во время Мастер-класса получает опыт как педагог, так и его ученики, участники Мастер-класса. Педагог, ведущий Мастер-класса, демонстрирует свои художественные и педагогические знания, умения и навыки. Именно владение ими оценивается по дисциплине Академическая живопись.

Изучение студентами «Академической живописи» подразумевает творческую деятельность, направленную на достижение высоких результатов в искусстве изображения объектов реального мира, воплощения композиционных замыслов. В курсе обучения Академической живописи ставится задача изучения реалистической живописи, с применением различных живописных приемов и средств.

Натурным постановкам отводится немаловажная роль в учебном процессе, они являются объектом для выполнения практических работ, как оценочных средств Академической живописи. Это: упражнение, эскиз, зарисовка, этюд, а также Мастер-класс по методике их выполнения. Назначение работы с учебными постановками – решение задачи для выполнения длительного творческого задания. Программа по Академической живописи предполагает освоение различных художественных техник и материалов в рамках Мастер-классов по живописи.

«Изобилие красочных материалов и связующих веществ, а также появление на рынке постоянно новых не дают возможности разобраться в них и установить определенную систему их использования. Плохая же подготовка художников в техническом отношении не позволяет использовать в достаточной мере и того, что считается общепризнанным» [1, с. 18]. В связи с этим важность проведения Мастер-классов, с целью освоения художественных материалов для живописи, возрастает.

Есть необходимые требования к уровню подготовки обучающегося, завершившего изучение дисциплины Академическая живопись знания, умения, навыки (ЗУМы). Именно задание «Мастер-класс» стало инструментом для проверки уровня подготовки специалистов, осваивающих дисциплину «Академическая живопись» с точки зрения художественно-педагогического навыка.

**Одна из профессиональных художественных целей учебной дисциплины «Академическая живопись» делится на теоретическую и практическую части:**

1. Изучить основные технологии (акварель, гуашь, акрил) и техники живописи в теории.

2. Научить работе с живописными материалами в практической работе.

«Живопись наиболее полно отражает наше представление о цвете и пространстве. Цветная графика более условна, чем живопись, она подразумевает передачу основных цветовых взаимоотношений, локальную окраску поверхностей» [2, с. 32].

Таким образом, обучающиеся приобретают творческий опыт освоения материалов для живописи и цветной графики, а также педагогический опыт передачи знаний, умений, владений другим участникам, при проведении живописных Мастер классов.

«Средства выразительности живописи и цветной графики – соотношение тона, светлоты и насыщенности цветовых пятен по отношению друг к другу. Материалы живописи и цветной графики – цветные карандаши и фломастеры, восковые мелки, пастель сухая и масляная, акварель, гуашь, темпера, краски масляные и акриловые» [2, с. 33] Задание Мастер-класс по дисциплине Академическая живопись предполагает изучение средств выразительности живописи и цветной графики различными известными художественными материалами.

Во время проведения Мастер-классов по живописи необходимо сформулировать и поставить учебную цель. В рамках учебной программы она звучит таким образом:

– Изобразить натюрморт в определенной художественной технике с группой участников Мастер-класса, формат бумаги А-4 или А-3.

При помощи Мастер-класса осуществляются и воспитательно-образовательные задачи:

1. Развитие образного мышления.
2. Знакомство с художественными техниками и методикой работы с ними.
3. Выработка качеств характера для реализации творческих целей Мастер-класса.
4. Ведущий Мастер-класса делится своими знаниями, умениями, навыками, использует авторскую методику, реализуя на практике педагогический и творческий опыт.
5. Рефлексия собственного профессионального мастерства участниками Мастер-класса.

Для проведения Мастер-класса по живописи обучающемуся необходимо знать методику выполнения учебных эскизов и этюдов натюрморта в различных художественных техниках, уметь выполнять работу поэтапно.

#### **Этапы работы:**

1. Теоретическое объяснение материала, возможно с показом иллюстративного материала или личного показа практической деятельности в заявленной художественной технике для Мастер-класса. Решение композиционных задач;
2. Определение общего колорита постановки, выполнение этапов живописи по цвету и тону в художественной технике Мастер-класса.
3. Определение источника света, конкретизация световых и теневых участков. Этап обобщения в работе на Мастер-классе.

#### **Для выполнения Мастер-класса по курсу дисциплины необходимо:**

1. Проявить знания методов поискового эскизирования изобразительными средствами и способов проектной графики.
2. Проявить знания понятийного аппарата цветоведения, характеристик и свойств цветов, алгоритмов смешивания и нанесения цвета для применения в методах эскизирования и способах проектной графики.
3. Проявить способность выбирать живописные приемы, изменять алгоритм ведения проектной работы.
4. Проявить способность разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.
5. Проявить способность владения навыками синтеза набора возможных решений и научного обоснования своих предложений при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека.
6. Проявить способность постановки цели, умения описать результаты, предположить развитие событий в работе над дизайн-проектом.
7. Провести Мастер-класс в рамках академической группы по методике выполнения живописной работы (составить сценарий мероприятия, используя методы и методики организации учебного процесса).

8. По результатам Мастер-класса оформить отчет, отражающий этапы работы:

- реферат по теме;
- этапы работы над этюдом;
- описание проведения Мастер-класса;
- выводы по окончании Мастер-класса (рефлексия).

#### **Темы рефератов на выбор:**

1. Методика выполнения этюда натюрморта в разных художественных техниках.
2. Методика выполнения эскизов натюрморта в разных художественных техниках.

Типовое контрольное задание «Мастер-класс» по методике выполнения живописной работы направлено на развитие у студентов:

1. Знания методов поискового эскизирования изобразительными средствами и способов проектной графики.
2. Знания понятийного аппарата цветоведения, характеристик и свойств цветов, алгоритмов смешивания и нанесения цвета для применения в методах эскизирования и способах проектной графики.

3. Способности выбирать живописные приемы, изменять алгоритм ведения проектной работы.

4. Способности разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.

5. Способности владения навыками синтеза набора возможных решений и научного обоснования своих предложений при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека.

6. Способности постановки цели, умения описать результаты, предположить развитие событий в работе над дизайн-проектом.

7. Способности осуществлять планирование образовательного процесса, выполнять методическую работу для проведения практических занятий в общеобразовательных организациях, организациях профессионального образования, организациях дополнительного образования.

#### **Порядок выполнения типового контрольного задания «Мастер-класс»:**

1. Изучить теоретические материалы по заданной теме.

2. Проанализировать изученное, подобрать аналоги.

3. Разработать план проведения Мастер-класса с выбором темы и распределением времени работы.

4. Выполнить реферат по теме Мастер-класса.

5. Определить, рассчитать и подготовить материалы для проведения Мастер-класса.

6. Провести Мастер-класс с опорой на план работы и методику ведения художественной работы.

7. Собрать воедино материал проведения Мастер-класса, включая блоки введения, заключения, литературу в соответствии с требованиями.

Проведение Мастер-классов по Академической живописи было апробировано студентами групп второго и третьего курсов Казанского инновационного университета им. В. Г. Тимирязова в 2020–2021 и 2021–2022 учебных годах. Мастер-классы проводились как на территории вуза, в группах колледжа и бакалавров, так и за его пределами, например, в рамках мероприятия «Арт-Казань 2022», на площадке Казанской ярмарки города Казани.

Подготовка к проведению Мастер-классов проходила во время всего учебного процесса дисциплины, накопив теоретические и практические знания и умения, обучающиеся с легкостью и профессионализмом выступили в роли педагогов и экспертов творческих Мастер-классов по живописи. Для многих это была ступень яркой самореализации, с возможностью показать свой уровень знаний, умений и навыков по живописи. Для проведения Мастер-классов по методике выполнения натюрморта необходимо было подготовиться: выполнить Презентацию на основе реферата по теме Мастер-класса, составить список необходимых материалов, подготовить разнообразную наглядность. Студенты проявили высокие знания по методике дисциплины, многие сделали правильный, логичный информационный отбор. Аргументированно излагали материал, выражали собственный взгляд, опираясь на актуальные тенденции в изучаемой сфере. Грамотно определяли причинно-следственные связи, использовали профессиональный язык. Продемонстрировали методы поискового эскизирования изобразительными средствами и способы проектной графики, показали способность передавать знания. Процесс проведения Мастер-класса понравился всем участникам как позитивный опыт сотворчества. «В наше время не существует больше секретов в технике живописи, подобно средневековью, а существуют лишь патенты на сделанные открытия и усовершенствования в области технологии живописи; само же достижение является достоянием общественности, которым может пользоваться всякий, тогда как в средние века и даже в более позднее время техника каждого мастера живописи представляла собой секрет» [1, с. 33].

## Список литературы

1. Киплик Д. И. Техника живописи [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Юрайт, 2020. – 472 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/455861> (дата обращения: 05.10.2022).
2. Скакова А. Г. Рисунок и живопись [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Юрайт, 2020. – 164 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/456665> (дата обращения: 05.10.2022).

## Дополнительная литература

1. Коробейников В.Н., Ткаченко А.В. Академическая живопись [Электронный ресурс]: учеб. пособие; Кемеровский государственный институт культуры. – Кемерово: КемГИК. 2016. – 151 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041745> (дата обращения: 15.10.2022).
2. Коробейников В.Н. Академическая живопись [Электронный ресурс]: практикум / В.Н. Коробейников, – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2017. – 60 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041676> (дата обращения: 16.10.2022).
3. Лукина И.К., Кузьменко Е.Л. Рисунок и живопись [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – Воронеж: ВГЛУ им. Г.Ф. Морозова, 2013. – 76 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/858315> (дата обращения: 16.10.2022).

Elena Aleksandrovna Titova,  
Associate Professor, member of the Union of Artists of Russia,  
Honored Artist of the Republic of Tatarstan,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## MASTER CLASSES AS A MEANS OF EVALUATION IN THE DISCIPLINE OF ACADEMIC PAINTING

**Abstract.** A master class as a tool for checking the level of training of specialists mastering Academic painting. Algorithms of preparation for Master classes, indicators of competencies. Approbation of Master classes on Academic painting on the topic "Methods of performing still life in various artistic techniques" by students of the second and third year groups of Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov in the 2020-2021 and 2021-2022 academic years. The process of conducting Master classes as a positive experience of co-creation.

**Keywords:** master class, academic painting, educational tasks, stages of work

УДК 379.837, 712.25

Фахрутдинова Инесса Алековна,  
архитектор, к. арх., доцент кафедры дизайна,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ПОДХОДЫ К ПРОЕКТИРОВАНИЮ ГЛЭМПИНГА КАК ТИПУ АРХИТЕКТУРНОЙ СРЕДЫ

**Аннотация.** В исследовании проведен краткий обзор исторического развития глэмпинг как типа пространственной среды. Дано определение глэмпинга и его отличие от кемпингов, рассмотрена типология глэмпингов, его функциональный состав. Предлагаются краткие рекомендации к проектированию глэмпингов.

**Ключевые слова:** туризм, глэмпинг, кемпинг, выбор места проектирования глэмпинга, функциональное наполнение глэмпинга, выбор типа жилья, айдентики глэмпинга, продвижение и экономика глэмпинга

В последние годы все актуальнее становится необходимость развития внутреннего рынка туристических услуг. Это связано с социальными и политическими условиями мировой ситуации и развитием общества, и с тем, что современный человек становится все более мобильным, требовательным и желает иметь широкий выбор мест и качества своего времяпровождения. Индустрия гостеприимства и туризма, реагируя на спрос потребителя, стремится через различные варианты локаций и форм отдыха подарить уникальный опыт, адаптированный для каждого путешественника, в том числе через предложения загородного отдыха в глэмпингах, которые гости могут выбирать, исходя из своих личных интересов (место и программа проживания) и стоимости (аренды жилья).

Что за тип зданий и сооружений представляют собой глэмпинги. В чем их различие от кемпингов и баз отдыха, каковы принципы дизайн-проектирования и какова экономическая выгода их строительства и эксплуатации. В этой статье попробуем разобрать основные положения проектирования новой для России типологии.

Впервые понятие «глэмпинг»<sup>4</sup> появилось в Великобритании в 2005 году и по сути представляет собой разновидность кемпинга [6], объединяя в себе комфорт гостиничного номера с возможностью отдыха на природе. В свою очередь кемпинг – это оборудованный лагерь для путешественников с охраняемой территорией и развитой инфраструктурой. Местами для кемпингов и глэмпингов становятся живописные локации недалеко от оживленных дорог, в тихих пригородах, рядом с турбазами или на популярных туристических маршрутах.

Исторически прототипами палаточных кемпингов можно считать жилище кочевых народов: вигвамы коренных североамериканских индейцев, азиатские юрты или джаймы Северной Африки [4]. В античные времена и позже в Средневековье шатры как вид мобильного жилья для отдыха и защиты солдат и офицеров во время завоевательных походов приобрел исключительно военное применение. Первые палаточные городки в истории начали появляться во второй половине XIX и в начале XX века вскоре после того, в 1855 году офицер армии США создал первую современную палатку. Например, первым подобием был Guntery Camp («лагерь стрелков»), основанный в 1861 году Фредериком Ганном, владельцем детской школы в Вашингтоне, с идеей пеших прогулок, рыбалки и наблюдения за природой. Первым в истории кемпингом в современном понимании можно считать лагерь на острове Мэн, основанным в 1894 году. Его популярность из года в год росла так, что в 1904 году его пришлось расширить, чтобы разместить 1500 дополнительных палаток и столовую.

В начале XX века, до разрушительных последствий Первой мировой войны, в Европе кемпинг практиковался в основном путешественниками из буржуазии, членами общества, у которых было свободное время, здоровье и средства, чтобы ненадолго покинуть загрязненный воздух больших городов. В то же время развивались дома на колесах или автодома<sup>5</sup>. Однако активное производство и продажа автодомов начались только в 1960-х годах. Рост числа автомобилей во второй половине XX века, а также система труда с оплачиваемым отпуском, стали определяющими факторами для развития массового кемпингового туризма [4]. В это же время в целях защиты природных ресурсов были приняты многочисленные нормы и правила, ограничивающие несанкционированные стоянки в палатках, регулирующих устройство палаточных городков. Именно так с тех пор и до наших дней кемпинги стали разновидностью туризма и общепринятым стандартом семейного отдыха.

По форме мобильности кемпинги можно разделить:

- на обустроенные кемпинги – палаточные городки с минимальной инфраструктурой;
- самостоятельно организованные кемпинги – это отдых «дикарями», который предполагает самостоятельное благоустройство площадки.

<sup>4</sup> Слово «глэмпинг» получилось из двух других – glamour («гламур») и camping («палаточный лагерь»). Самый близкий перевод – «роскошный отдых на природе».

<sup>5</sup> Первое упоминание о «передвижных домах» встречается еще в истории Древнего Египта. Также модификацией «передвижных домов» можно считать фургоны цыган прошлых веков и переселенцев на Дикий Запад в Северной Америке.

По качеству проживания обустроенные кемпинги могут быть различными:

- представлять площадку для места стоянки (палатки или автофургона) с минимальным набором услуг: туалеты, душ с горячей водой (иногда платно), питьевую воду, электричество, организованный вывоз мусора, канализацию для автодомов и трейлеров, а также прачечную, кухню с современной техникой, детские и спортивные площадки, Wi-fi, и другое;

- кемпинги с небольшими домиками, как с удобствами, так и без. Зачастую это небольшие аскетичные домики, в которых вместо кроватей размещены двухэтажные нары, на которых принято спать в спальниках;

- *глэмпинги* – лагеря с повышенным комфортом и благоустройством, например, с жилыми сооружениями или коттеджами со всеми удобствами, кроватями и постельным бельем. На территории могут находиться бассейны, рестораны, магазины.

В XXI веке доля глэмпингов как типа объектов загородного отдыха стремительно растет. Согласно статистике организаторов выставки Glamping Show, в США на 2021 год количество глэмпингов насчитывает около 4400; в Великобритании – около 3600 проектов. По данным Ассоциации глэмпингов России с момента появления первого глэмпинга в России в 2016 году численность глэмпингов в 2021 выросла до 231. Этот факт показывает, что востребованность в проектировании глэмпингов очень высока.

Несмотря на то, что глэмпинг можно отнести к новейшей типологии, при его проектировании можно руководствоваться требованиями, применяемыми к схожим типам – туристическим лагерям, базам отдыха и т. п., а при проектировании ориентироваться на следующие условия:

- выбор места проектирования с учетом экологии;
- функциональное наполнение в зависимости от целевой группы;
- выбор типа жилья с учетом экономики и конструкций;
- дизайн стилистики и айдентики глэмпинга;
- продвижение и экономика глэмпинга.

Обычно глэмпинги стараются расположить в живописных природных местах, часто даже национальных парках, на небольшом удалении от транспортных магистралей или в тихих городских пригородах, а также в местах, где запрещена застройка отелями и охраняется природа. Сюда приезжают, чтобы переночевать, провести время на природе, пройти треккинг маршрут или просто отдохнуть.

От целевой группы (индивидуальный отдых, групповой, в том числе корпоративный, семейный) будет зависеть и функциональное зонирование и наполнение функциями территории глэмпинга – это и тип жилых модулей, и набор общественных пространств, а также наличие различных площадок, элементов благоустройства, технические элементы безопасности и автономности глэмпинга.

Тип жилых сооружений и их выбор будет зависеть от климата, географического положения глэмпинга, в России это чаще всего:

- Типи-палатки – треугольные навесы из натуральной ткани и деревянных балок.
- Купольные домики – шатры сферической формы, которые имеют стальной, деревянный каркас, обтянутый ПВХ-тканью.
- A-frame – жилье с круглой крышей, которая берет начало от линии фундамента.
- Дома-контейнеры – жилое пространство находится внутри морских контейнеров, ранее использовавшихся для транспортировки грузов.
- Юрты – круглые домики из тканевых стен, деревянных балок.
- Белл-тенты – палатки в виде колокола.
- Сафари-тенты – прямоугольное по форме жилье с деревянным каркасом, обтянутым тентом.
- Жилище на деревьях – дизайн глэмпингов позволяет им органично вписываться в флору леса.



– Barnhouse – малогабаритные конструкции, которые размещают обычно в ограниченном пространстве из-за экономии ресурсов [8].

Стилистика и архитектурный образ современных глэмпингов как объектов, связанных с природной средой, соответствует современным трендам эко-дизайна:

– сочетание природного ландшафта и искусственной среды, где ландшафт диктует композицию, масштаб и является главным визуальным объектом, подчиняющим себе интегрированные в него сооружения;

– при разработке проектов жилых модулей, как правило, выбираются эко-материалы – дерево, металл, тканые покрытия;

– для благоустройства используются тропинки из каменных слэбов, деревянные настилы;

– в интерьерах жилых модулей и общественных сооружений, чаще всего, выбираются натуральные цвета.

Для многих туристов важным моментом является не только сам отдых и его качество, но и статус места, его престиж, узнаваемость. Правильная айдентика (фирменный стиль) глэмпинга может не только способствовать идентичности места отдыха туристу, но и помочь в продвижении самого глэмпинга как коммерческого предприятия. «Также методами продвижения гостиничного продукта могут быть:

1. Запуск рекламной компании в поисковых системах и социальных сетях, работа с блогерами и лидерами мнений, активные продажи и освещение в СМИ.

2. Разработка туристического пакета услуг и сервисов.

3. Привлечение инвесторов и партнеров. Разработка подробной финансовой модели сети глэмпинг-отелей, работа с фондами и коммуникация с инвесторами» [7].

4. Участие в специализированных выставках и форумах, партнерство с туристическими агентствами.

Экономика глэмпинга будет зависеть от множества факторов: ценовой политики, месторасположения, потребительской востребованности, но основные позиции расходов можно разделить на два типа – это:

– единовременные – расходы на строительство инфраструктуры, благоустройство территории, меблировка домиков и др.;

– текущие или операционные расходы – счета за коммунальные услуги, маркетинг, продукты питания, техническое обслуживание домиков, заработная плата сотрудников и др.

На период 2021–2022 гг. входной порог на содержание глэмпинга в России варьируется:

– от 4–7 млн руб. – базовый или семейный глэмпинг, где многое создается собственными силами (1–2 домика качественных круглогодичных либо больше в летнем формате);

– 10–20 млн руб. – глэмпинг среднего уровня (5–6 домиков с базовой инфраструктурой – кафе, санузел, дом для персонала и др.);

– 30–70 млн руб. – качественный глэмпинг-проект, приближенный к бизнесу (более 6 домиков, четко разработанный по генплану и концепции проект / сеть проектов);

– 70–150 млн руб. – премиальный глэмпинг (наподобие 5-звездочных отелей популярных курортов).

Экономистами подсчитано, что срок окупаемости строительства глэмпинга в среднем – 3–5 лет, где понесенные расходы зависят от объема территории, инфраструктуры, персонала и предлагаемых услуг.

Как коммерческие предприятия глэмпинги имеют большой потенциал развития:

– эти объекты посильны для субъектов малого и среднего бизнеса, быстро возводимы, быстро окупаемы по сравнению с типовыми отелями, гостиницами;

– возрастающий спрос на услуги внутреннего туризма, большое количество мест туристической привлекательности, не освоенных для массового туризма и в то же время небольшая насыщенность данного рынка услуг и сервиса качественными предложениями экотуризма без лишней в удобстве и комфорте;

– относительная свобода в архитектурном воплощении – отсутствие серьезных ограничений в организации и работе глэмпингов, кроме следования природоохранному законодательству и сохранения экологии местности.

Все это может способствовать не только развитию глэмпинга на территории Российской Федерации, но и обеспечить новыми рабочими местами регионы, поднимая их экономику, повысить культуру населения через новые формы коммуникации, через духовное и патриотическое воспитание к любви к природе и родной земле. Проектные подходы к проектированию глэмпингов должны опираться как на коммерческие интересы предпринимателей, так и на природно-ландшафтные и технические условия, с целью формирования комфортной и экологической среды проживания туристов.

### Список литературы

1. ГОСТ Р 58187-2018 «Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования» [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200159998> (дата обращения: 17.11.22).
2. СП 20.13330.2016 Нагрузки и воздействия [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/456044318> (дата обращения: 17.11.22).
3. Беднарский В. Все, что нужно знать о кемпинге [Электронный ресурс]. – URL: <https://1xmatch.com/kemping/> (дата обращения: 17.11.22).
4. История кемпингов с древних времен до наших дней [Электронный ресурс]. – URL: <https://amusementlogic.ru/2021/05/12/istorija-kempingov-s-drevnih-vremen-do-nashih-dnej/> (дата обращения: 17.11.22).
5. Киреева Юлия Александровна, Малышев Артем Максимович GLAMPING КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ФОРМАТ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/glamping-kak-innovatsionnyu-format-razmescheniya-turistov> (дата обращения: 17.11.22).
6. Лысикова О.В. Социальные изменения культурных практик отечественного туризма в условиях глобализации: автореферат диссертации доктора социологических наук. Саратов, 2012. – С. 14.
7. Николенко П. Г. Проект туристического объекта глэмпинга // Московский экономический журнал. 2020. № 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proekt-turisticheskogo-obekta-glempinga> (дата обращения: 17.11.22).
8. Проект глэмпинга [Электронный ресурс]. – URL: <https://green-garden.pro/proekt-glempinga/> (дата обращения: 17.11.22).

Inessa Alekovna Fakhрутdinova,  
Architect, Candidate of Architecture, Associate Professor of the Department of Design,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### APPROACHES TO THE DESIGN OF GLAMPING AS A TYPE OF ARCHITECTURAL ENVIRONMENT

**Abstract.** The study provides a brief overview of the historical development of glamping as a type of spatial environment. The definition of glamping and its difference from camping is given, the typology of glamping and its functional composition are considered. Brief recommendations for the design of glamping are offered.

**Keywords:** tourism, glamping, camping, choice of glamping design location, functional content of glamping, choice of housing type, glamping identity, glamping promotion and economics

## Раздел III

# ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

УДК 664.6/7

Елена Александровна Гартованная,  
канд. техн. наук, доцент,  
Инна Сергеевна Перевалова,  
студент,  
Дальневосточный государственный аграрный университет,  
Благовещенск, Россия

### ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦЕЛЬНОЗЕРНОВОЙ МУКИ ИЗ СЕЛЕКЦИОННЫХ СОРТОВ ПШЕНИЦЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ

**Аннотация.** Растениеводство – одна из первых и основополагающих отраслей сельского хозяйства, обеспечивающая население Земли основными продуктами питания. Самой крупной составляющей этой отрасли является зерновое хозяйство, которое занимается выращиванием зерновых культур, ведь именно зерно – главный фактор продовольственной безопасности нашей страны. Повышенный спрос на здоровую пищу со стороны растущего числа потребителей, заботящихся о своем здоровье, сместил интерес производителей продуктов питания к разработке макаронных изделий, богатых минералами, витаминами, незаменимыми аминокислотами. Макаaronные изделия входят в перечень социально-значимых продовольственных товаров первой необходимости. По данным исследований министерства сельского хозяйства Российской Федерации, отечественный рынок макаронных изделий к началу двадцатых годов текущего века вырос на 6 % в сравнении с 2015 г. Потребление макаронных изделий на душу населения к 2022 г. составило около 10,11 кг/чел, что на 3 % выше уровня 2020 г. и на 28 % выше, чем в 2015 г.

**Ключевые слова:** цельнозерновая мука, макаронные изделия, селекционные сорта, яровая пшеница, функциональный продукт

Дальневосточный государственный аграрный университет заслуженно считается одним из старейших сельскохозяйственных вузов Дальневосточного региона, и, конечно же, первыми направлениями в его истории были агротехнологии. Селекция, также известная как яровизация зерновых культур, в частности пшеницы, представляет собой довольно сложную задачу, так как вновь выведенные сорта могут получить широкое распространение только в том случае, если сорт дает стабильно высокие урожаи и превосходит стандарт качества. В университете ведется работа по селекции сортов яровой мягкой пшеницы, которую пока применяют только на кормовые цели.

В задачу исследований входила необходимость исследовать и доказать возможность применения цельнозерновой муки из яровой мягкой пшеницы амурской селекции ДальГАУ-3 на пищевые цели. Целью данной работы явилось доказать возможности использования в рецептурах макаронных изделий цельнозерновой муки из яровой мягкой пшеницы амурской селекции ДальГАУ-3.

**Материалы и методы исследований.** Объектом исследований явился сорт мягкой яровой пшеницы амурской селекции Дальневосточного ГАУ (ДальГАУ-3) и модельные образцы разработанных продуктов. При выполнении исследований использовали общепринятые, стандартные методы исследований. Общий химический состав определяли стандартными методами: количество и качество клейковины (ГОСТ 13586.1–68), кислотность по болтушке (ГОСТ 10844–74), количество крахмала (ГОСТ 10845–98), влажность (ГОСТ 13586.5–93), массовая доля влаги (ГОСТ Р 51479–99). Энергетическую ценность сырья и готовой продукции рассчитывали, пользуясь коэффициентами Рубнера. Для органолептической

оценки качества разработанной продукции использовали метод балльных шкал, а также профильный метод, описанный Т. М. Сафроновой.

### Результаты исследования

Во время обработки муки большая часть питательных веществ, таких как незаменимые аминокислоты, минералы и витамины, удаляется из зерен пшеницы вместе с оболочкой. В исследовании использовали цельнозерновую муку, которую получили путем измельчения зерна пшеницы не удаляя оболочку. Эта мука отличается внешним видом, вкусом, особенностями в использовании и полезными свойствами. Цельнозерновая является более полезным продуктом, так как в ее состав входят полностью перемолотые зерна с оболочкой. По химическому составу мука зерна сорта ДальГАУ-3 обладает такими показателями как: белки в составе 12,49 %, жиры 1,31 %, доля сухих веществ 87,75 %, зола 2,11 % и клетчатка 2,5 %.

Дополнительно во время замеса теста была введена функциональная добавка в виде порошка базилика в количестве 3 % по отношению к массе сырья, который по своему химическому составу очень богат пищевой ценностью, витаминами, минеральными веществами и аминокислотами.

Базилик (лат. *Ocimum*) род однолетних и многолетних трав и кустарников семейства Яснотковые (Lamiaceae). У нас его называют душистым васильком. В нем содержится множество витаминов: витамины группы В. Это и тиамин, и фолиевая кислота, и рибофлавин, и пиридоксин, витамин С (20 %), бета-каротин (62,8 %), витамин А (29,3 %), витамин К (345,7 %), рутин, флавоноидные вещества, эфирные масла. Базилик содержит и микроэлементы. Среди них такие незаменимые вещества, как: Са (17,7 %), Mg (16 %), Zn, К (11,8 %), Fe (17,6 %). Базилик используется в качестве приправы или лекарства, но гораздо важнее его витаминный состав.

Зерно сорта яровой пшеницы селекции ДальГАУ-3 обладает следующими показателями качества: натура, которая составляет 740 г/л, стекловидность – 59%, масса 1000 зерен – 27,4 г, количество клейковины/группа качества – 25/2 и число падения – 205 с. Секционные сорта были опробованы в производстве хлебобулочных, мучных кондитерских изделиях, где данный сорт показал неплохие результаты [1]. Авторами было принято решение продолжить исследования в производстве макаронных изделий, в частности в рецептуре лапши домашней [2]. Следует отметить, что при использовании композиционной мучной смеси для выработки макаронных изделий целесообразно производить замену части пшеничной муки на цельнозерновую муку. Были проведены опыты с разным процентным соотношением по введению цельнозерновой муки в состав макаронного теста. Наилучшим оказался образец с соотношением 20:80.

Разработанная рецептура макаронных изделий представлена в табл. 1.

Таблица 1

### Рецептура лапши домашней

Наименование сырья	Масса нетто, г
Мука цельнозерновая (20 %), мука пшеничная в/с (80 %)	87,5
Мука пшеничная в/с на подпыл	6
Базилик	2
Яйца	2,5
Соль	2,5
Вода	17,5

В табл. 2 представлены данные о составе готового продукта. Анализ данных дает возможность оценивать макаронные изделия.

## Химический состав лапши домашней

Наименование сырья	Белки, г	Жиры, г	Углеводы, г
Мука цельнозерновая (20%), мука пшеничная в/с (80%)	11,5	2,2	5,8
Базилик	3,2	0,6	2,7
Яйца	6,5	5,2	0,4
Вода	0	0	0
Соль	0	0	0
Итого:	233,9 Ккал		

Последовательность технологического процесса представлена на рис. 1.



Рис. Этапы производства

Введение в тесто порошка базилика позволяет придать функциональную направленность готовым изделиям. В ходе производства было доказано, что введение двух компонентов позволяет не изменять технологический процесс и применяемое оборудование, что позволит в дальнейшем не увеличивать стоимость готового изделия.

«При внесении добавок варочные свойства готовых макаронных изделий улучшаются: увеличивается сохранность формы изделий на 5 % по сравнению с контролем и составляет 97 %. Это полностью соответствует требованиям для изделий из хлебопекарной муки (не менее 95 %); снижаются потери сухих веществ в варочную воду на 23,4 % по сравнению с контролем и составляют всего 6,31 %, что значительно ниже требований нормативного документа (не более 9 %). Некоторое возрастание коэффициента увеличения массы связано с наличием в составе макаронных изделий компонентов цельнозерновой муки. Она обладает высокой гидратационной способностью. Достаточно высокие варочные свойства готовой продукции объясняются как качеством исходного основного сырья, так и свойствами вносимых добавок и взаимодействием данных добавок с пшеничной мукой» [3,4].

Для определения органолептической оценки качества исследуемого продукта использовали ГОСТ Р 56575-2015 «Лапша домашняя. Технические условия». По результатам проведения оценки качества установлено, что исследуемый образец, полученный из композиционной смеси муки с использованием функциональной добавки соответствует требованиям ГОСТ.

## Выводы

В ходе проведенных исследований можно сделать вывод о том, что применение цельнозерновой муки и базилика в настоящее время целесообразно, так как они по химическому составу богаты витаминами, аминокислотами и минеральными веществами. Разработанную рецептуру можно рекомендовать с целью расширения ассортимента и для производства на предприятиях общественного питания. Цельнозерновые макаронные изделия по органолептическим показателям соответствуют требованиям ГОСТ и изготовливались из качественного сырья с полным соблюдением технологического процесса.

## Список литературы

1. Gartovannaya E., Ermolaeva A. Prospects of using whole grain flour from recognized selection wheat varieties of the far eastern state agrarian university in food technologies *Fundamental and Applied Scientific Research in the Development of Agriculture in the Far East. Agricultural Innovation Systems*, Vol. 1. Ussuriysk, 2022. – С. 357–365.
2. Ковалев Ю.С. Сборник рецептов блюд и кулинарных изделий / Нормативная документация для предприятий общественного питания. – М: Бизнес и Сервис. – М., 2013. – 1064 с.
3. Хлебников В. И. Технология товаров (продуктов питания): учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061600 «Товароведение и экспертиза товаров». – М.: Дашков и К<sup>о</sup>, 2000. – 425 с.
4. Медведев Г.Н. Технология макаронных изделий. – СПб.: ГИОРД, 2005. – 215 с.: ил.

Elena Aleksandrovna Gartovannaya,  
Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,  
Inna Sergeevna Perevalova,  
Student,  
Far Eastern State Agrarian University,  
Blagoveshchensk, Russia

## THE POSSIBILITY OF USING WHOLE GRAIN FLOUR FROM SELECTED WHEAT VARIETIES IN THE PRODUCTION OF PASTA

**Abstract.** Crop production is one of the first and fundamental branches of agriculture, providing the population of the Earth with basic food. The largest component of this industry is the grain economy, which is engaged in the cultivation of grain crops, because it is grain that is the main factor in the food security of our country. The increased demand for healthy food from a growing number of health-conscious consumers has shifted the interest of food manufacturers to the development of pasta rich in minerals, vitamins, essential amino acids. Pasta is included in the list of socially important essential food products. According to research by the Ministry of Agriculture of the Russian Federation, the domestic pasta market by the beginning of the twenties of the current century grew by 6 % compared to 2015. Pasta consumption per capita by 2022 was about 10.11 kg / person, which is 3 % higher than 2020 and 28 % higher than 2015.

**Keywords:** whole grain flour, pasta, breeding varieties, spring wheat, functional product



Маргарита Константиновна Задоркина,  
студент,  
Алексей Сергеевич Венецианский,  
к. с.-х. н., доцент,  
Волгоградский государственный университет,  
Волгоград, Россия

## АЛЬТЕРНАТИВНОЕ МОЛОКО

**Аннотация:** Предмет исследования – изучение состава и свойств альтернативной молочной продукции на основе Вешенки обыкновенной. Цель работы заключается в разработке технологии, позволяющей заменить молоко, на более полезный продукт. Полученные результаты приведут к созданию нового изделия со вкусом молока, но при этом отличающегося по свойствам от натурального продукта.

**Ключевые слова:** правильное питание, альтернативный продукт, гриб, вешенка обыкновенная

Достаточно большое количество людей в современном мире заботятся о своем правильном питании, но большой объем продукции содержит в себе различные усилители вкуса, ароматизаторы, консерванты<sup>6</sup> и добавки.

Растительное молоко в наше время пользуется спросом в основном по таким причинам:

1. Непереносимость лактозы<sup>7</sup> (по различным данным в России непереносимостью лактозы страдает от 6 до 15% населения);
2. Вегетарианство;
3. Поддержание ЗОЖ – по данным USDA<sup>8</sup> растительное молоко более полезно и менее калорийно, чем натуральное:

Молоко	Белки (на 100г)	Жиры (на 100 г)	Углеводы (на 100 г)	Кальций (мг на 100г)	Калорийность (ккал на 100г)
Коровье	3,4	4,0	4,7	122	68
Миндальное	0,42	1,25	0,42	42	17
Овсяное	1,0	1,5	4,0	120	30
Кокосовое	0,21	2,08	2,92	188	31
Соевое	2,6	1,47	4,92	123	43

Целью проекта является разработка технологии, позволяющей заменить молоко на более полезный продукт, при этом не утратив его вкус.

Грибы являются ценным пищевым продуктом питания для человека. Для нормального функционирования организма он нуждается в достаточном количестве белков, жиров, углеводов, минеральных веществ и витаминов [1]. Все это есть в грибах. По своему химическому составу они отличаются от других продуктов, вследствие того, что в них отсутствует растительный крахмал, так как, грибы по своему составу сходны с представителями животного мира.

Рассматривая подробный химический состав гриба, можно выделить то, что в ней находится 18 аминокислот, 8 из которых являются незаменимыми – изолейцин, лейцин, ли-

<sup>6</sup> Консерванты – вещества, которые останавливают размножение микробов в продуктах, предназначенных для сохранности.

<sup>7</sup> Непереносимость лактозы – это состояние, при котором организм ребенка или взрослого не способен переваривать (усваивать) молочный сахар (лактозу). Ибо в его кишечнике вырабатывается недостаточно особого фермента – лактазы.

<sup>8</sup> USDA – Министерство сельского хозяйства США.

зин, метионин, фенилаланин, триптофан, треонин, валин, а также витамины: В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, В<sub>5</sub>, РР, Н, С, D и др. [2].

Азотистых веществ в Вешенке больше, чем в мясных продуктах и яйцах. Процент жиров в данном грибе колеблется от 1 до 6 % и в их состав входит все необходимое для нормального функционирования организма человека, а именно: лицептин, провитамин В и некоторые жирные кислоты. Важным уточнением служит то, что все это хорошо усваивается человеческим организмом.

Данный гриб по своему действию схож с мясом и молоком, так как он содержит определенные белки и витамин D. А достаточно большой спектр питательных веществ приводит к тому, что вешенка:

1. Снижает уровень сахара в крови – по информации американских специалистов, вешенка снижает выработку некоторых маркеров воспаления. Данная особенность приводит к снижению активности хронического воспаления [7].

2. Выводит из организма «плохой» холестерин – научные исследования показали, что вешенка способна снизить общий уровень холестерина, а также его атерогенных фракций [6].

3. Укрепляют иммунитет-данные ученых показывают, что вешенка способна противостоять внешним воздействиям на организм, таким как: вирусы, бактерии, токсические вещества и т. д.) [9].

4. Оказывает благоприятное действие на страдающих от онкологии – благодаря большому количеству антиоксидантов и противовоспалительному действию данный гриб вызывает гибель злокачественных клеток [8].

Как было указано ранее, обычные замены молока не восполняют суточную норму некоторых веществ, в которых нуждается организм. Решением этого я считаю созданием продукта из Вешенки обыкновенной со вкусом молока, чтобы людям было привычнее его употреблять.

По своему составу данный продукт будет лучше, чем натуральное молоко, так как будет содержать намного больше питательных веществ и по своей технологии производства будет проще, чем другие аналоги. При приготовлении данного продукта все полезные свойства Вешенки будут сохраняться, а вкус изменится за счет добавления ароматизатора: Молоко.

В результате проведенных исследований можно сделать вывод, что новый продукт «Грибное молоко» по своим качествам будет лучше натурального молока. Также нельзя не заметить, что данное изделие является низкокалорийным и поэтому подходит для людей, придерживающихся правильного питания.

### Список литературы

1. Пивень И.О., Ермоляева Е.Н. Выращивание шампиньонов и вешенки. – Львов: Каменяр, 1988. – 89 с. URL: <https://bookree.org/reader?file=1353844&pg=1> (дата обращения: 12.11.22).

2. Алексеенко Е.Н., Полишко Т.М., Винников А.И. Пищевая. Лечебная и экологическая ценность грибов *Pleurotus ostreatus*. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pischevaya-lechebnaya-i-ekologicheskaya-tsennost-gribov-pleurotus-ostreatus/viewer> (дата обращения: 12.11.22).

3. Все о грибах / М.В. Горленко, Л.В. Гарибова, Сидорова И.И. и др. – М.: Лесная промышленность, 1986. – 280. – URL: [file:///C:/Users/User/Downloads/Gorlenko\\_Vsyo-o-gribah.hB1TAg\\_RuLit\\_Me\\_609932.epub](file:///C:/Users/User/Downloads/Gorlenko_Vsyo-o-gribah.hB1TAg_RuLit_Me_609932.epub) (дата обращения: 12.11.22).

4. Барановский А. Ю. Пищевая непереносимость // Практическая диетология. – № 4(8). – URL: <https://praktik-dietolog.ru/article/159.html> (дата обращения: 12.11.22).

5. Nation library of medicine: Comparative Effects of Oyster Mushrooms on Lipid Profile, Liver and Kidney Function in Hypercholesterolemic Rats. – URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3749453/> (дата обращения: 12.11.22).



6. Nation library of medicine: Anti-inflammatory activity of edible oyster mushroom is mediated through the inhibition of NF- $\kappa$ B and AP-1 signaling. – URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21575254/> (дата обращения: 12.11.22).

7. Nation library of medicine: Anti-Cancer Effects of Protein Extracts from *Calvatia lilacina*, *Pleurotus ostreatus* and *Volvariella volvacea*. – URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3139501/> (дата обращения: 12.11.22).

8. ScienceDirect: Enhancement of the Th1-phenotype immune system by the intake of Oyster mushroom (*Tamogitake*) extract in a double-blind, placebo-controlled study. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2225411015001169?via%3Dihub>

9. Nation library of medicine: Anti-inflammatory activity of edible oyster mushroom is mediated through the inhibition of NF- $\kappa$ B and AP-1 signaling. – URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21575254/> (дата обращения: 12.11.22).

10. Nation library of medicine: Anti-Cancer Effects of Protein Extracts from *Calvatia lilacina*, *Pleurotus ostreatus* and *Volvariella volvacea*. – URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3139501/> (дата обращения: 12.11.22).

11. ScienceDirect: Enhancement of the Th1-phenotype immune system by the intake of Oyster mushroom (*Tamogitake*) extract in a double-blind, placebo-controlled study. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2225411015001169?via%3Dihub> (дата обращения: 12.11.22).

Margarita Konstantinovna Zadorkina,  
Student,  
Alexey Sergeevich Venetsiansky,  
PhD, Associate Professor,  
Volgograd State University,  
Volgograd, Russia

### ALTERNATIVE MILK

**Abstract:** The subject of the study is the study of the composition and properties of alternative dairy products based on Oyster mushrooms. The purpose of the work is to create a product superior in its properties to natural milk. The results obtained will lead to the creation of a new product with the taste of milk, but at the same time differing in properties from a natural product.

**Keywords:** proper nutrition, alternative product, mushroom, oyster mushroom

УДК 664.64.016.3

Алла Евгеньевна Иванова,  
к. б. н., старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### ВЛИЯНИЕ САХАРОЗАМЕНИТЕЛЕЙ НА КАЧЕСТВО ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

**Аннотация.** Было изучено влияние фруктозы и стевии на качество хлебобулочных изделий. Была рассчитана оптимальная доза сахарозаменителей на 100г продукта. Проведена оценка растяжимости и эластичности клейковины при добавлении стевии и фруктозы при замесе теста. Исследования не выявили влияние сахарозаменителей на качество клейковины.

**Ключевые слова:** сахарозаменители, фруктоза, стевия, хлебобулочные изделия, тесто, клейковина, эластичность, растяжимость

Хлебобулочные изделия пониженной калорийности являются сравнительно новым видом изделий. С этой целью часть высококалорийного сырья, такого как жир, сахар и мука, заменены на менее энергоемкие.

К примеру, для профилактики сахарного диабета рекомендуется использовать в питании хлебобулочные изделия пониженной калорийности, в которых сахар полностью или частично заменен отдельными подсластителями или их комплексными добавками.

Первоначальное значение в оценке качества хлебобулочных изделий имеет информация о структурно-механических свойствах теста. Под ними понимают совокупность показателей, характеризующих количество клейковины, ее эластичность, упругость, вязкость, пластичность.

Тесто из пшеничной муки представляет собой упругую вязко-эластичную массу. Ее свойства зависят от таких факторов, как генетические особенности сорта зерна и условия его выращивания и хранения, сорт муки, количества добавленной воды, интенсивность замеса и влияние компонентов теста [1; 2]. К примеру, тесто из овсяной муки должно содержать меньшее количество клейковины, а добавление льняной муки к пшеничной как правило улучшает эластичность и упругость теста.

Целью исследования являлось установить влияние наиболее популярных сахарозаменителей фруктозы и стевии на растяжимость и эластичность клейковины путем добавления их в муку при замесе теста.

Процедуру отмывания сырой клейковины проводили согласно ГОСТ 27839-2013 [3].

В качестве эталонной рецептуры для замеса теста было выбрано хлебобулочное изделие – слойка «Свердловская» ГОСТ 9511-80 [4]. Используя данную рецептуру, нами был произведен расчет оптимальной дозы сахарозаменителя, учитывая сладость по отношению к сахару.

В качестве сахарозаменителей нами были выбраны фруктоза и стевия не случайно. Фруктоза является наиболее популярным сахарозаменителем среди населения. Фруктоза слаще сахара 1,7 раза. Поэтому нами была рассчитана доза фруктозы на 100 г продукта, которая составила 13,5 г.

Стевия была выбрана в качестве сахарозаменителя по следующим критериям: листья стевии богаты гликозидами, сладость которых в 300 раз превышает сладость сахарозы. Учитывая, что сладость стевиозида в 300 раз выше сахара, рассчитанная оптимальная доза составила 0,08г на 100г продукта.

Для исследования были выбраны следующие образцы: образец № 1 – мука пшеничная (25г) с фруктозой (4,5г); образец № 2 – мука пшеничная (25г) со стевией (0,02г); образец № 3 – мука пшеничная (25г) с сахаром (7,7). Образец № 3 был выбран в качестве контрольного образца согласно эталонной рецептуре.

Оценку качества сырой клейковины проводили из средней пробы образцов муки. Для этого на технических весах взвешивали 25 г каждого образца с точностью до 0,01 г. Муку переносили в фарфоровую чашку и добавляли 13 мл воды. Далее перемешивали тесто до однородности. Замешенное тесто проминали руками, затем скатывали в шар, и оставляли на 20 мин при комнатной температуре.

По истечении времени, тесто брали в руку и погружали в емкость с водой объемом 1–2 л, разминая тесто пальцами, отмывая из него крахмал, оболочки и другие вещества, не входящие в клейковину. Процедуру отмывания клейковины проводили до тех пор, пока промывная вода не перестанет быть мутной. Для оценки полноты удаления крахмала из клейковины, применяли йодную пробу. Для этого отжимали 1 каплю воды из отмытой клейковины, и добавляли к ней 1 каплю раствора йода. Отсутствие синего окрашивания свидетельствовало о полном отмывании крахмала из клейковины.

Отжатую клейковину взвешивали на технических весах с точностью до 0,01 г.

Содержание сырой клейковины определяли по формуле:

$$\omega = (\text{масса сырой клейковины} / \text{масса муки}) \times 100 \%$$

Растяжимость и эластичность отмытой клейковины определяли после установления цвета. От сырой клейковины отбирали 4 г. Обминали пальцами 3–4 раза, закатывая в шарик помещали на 15 мин в емкость с водой. По истечению времени доставали образцы отмытой клейковины из воды, затем равномерно растягивали над линейкой с миллиметровыми делениями без подкручивания в течение 10 секунд до разрыва [5].

Результаты проведенных исследований представлены в табл. 1.

Таблица 1

### Содержание сырой клейковины в исследуемых образцах муки

Исследуемые образцы	Навеска муки (г)	Масса клейковины (г)	Содержание сырой клейковины в муке (%)	Растяжимость, см
Образец № 1. Мука пшеничная с фруктозой	25,00	6,53	26,20	17,80
Образец № 2. Мука пшеничная со стевией	25,00	6,54	26,20	18,10
Образец № 3. Мука пшеничная с сахаром	25,00	6,60	26,30	18,10

Из данных, приведенных в таблице 1 видно, что при добавлении в эталонный образец с пшеничной мукой фруктозы, приводило к незначительному снижению растяжимости клейковины на 0,3 см по сравнению с контрольным образцом № 3, а исследуемый образец № 2 со стевией имеет растяжимость схожую с контрольным образцом.

Полученные результаты позволяют сделать вывод, что добавление сахарозаменителей фруктозы и стевии не оказывает влияние на хлебопекарные свойства муки и реологические свойства теста, и в результате тесто получится крепким и упругим.

### Список литературы

1. Ахоxлов М. X., Блиев С. Г. Современная оценка качества зерна и хлеба. – М.: ВИНТИ, 2000. – 410 с.
2. Структурно-механические характеристики пищевых продуктов [Текст] / А. В. Горбатов, А. М. Маслов, Ю. А. Мачихин и др.; под ред. А. В. Горбатова. – М.: Легкая и пищевая промышленность, 1982. – 296 с.
3. ГОСТ 27839-2013. Мука пшеничная. Методы определения количества и качества клейковины. – М.: Стандартинформ, 2014. – 18 с.
4. ГОСТ 9511-80. Изделия хлебобулочные слоеные. – М.: Стандартинформ, 2009. – 8 с.
5. Максимов А. С., Черных В. Я. Лабораторный практикум по реологии сырья, полуфабрикатов и готовых изделий хлебопекарного, макаронного и кондитерского. – М.: ИК МГУПП, 2004. – 162 с.

Alla Evgenievna Ivanova,  
PhD, Senior Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## INFLUENCE OF SUGAR SUBSTITUTES ON THE QUALITY OF BAKERY PRODUCTS

**Abstract.** The influence of fructose and stevia on the quality of bakery products has been studied. The optimal dose of sweeteners per 100 g of the product was calculated. The extensibility and elasticity of gluten were evaluated with the addition of stevia and fructose during dough kneading. Studies have not revealed the effect of sugar substitutes on the quality of gluten.

**Keywords:** sugar substitutes, fructose, stevia, bakery products, dough, gluten, elasticity, extensibility

УДК 641.55/.56:641.885

Ольга Леонидовна Ладнова  
к. т. н., доцент,  
Елена Геннадьевна Меркулова,  
к. б. н., доцент,  
Орел, Россия,  
Артем Иванович Горлатых,  
аспирант,  
Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО РАНХиГС,  
Орел, Россия

## ИЗУЧЕНИЕ ВЛИЯНИЯ ПРЯНОСТЕЙ НА ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА ОВОЩНЫХ ПЮРЕ

**Аннотация.** В работе изучено влияние порошков пряностей из базилика, корня имбиря, семян кориандра и их смесей на органолептические показатели качества овощных пюре из картофеля, свеклы и моркови. Установлено положительное влияние порошка из базилика на вкус всех овощных пюре, а порошков из кориандра и имбиря – на вкус пюре из свеклы, при этом совместное использование пряностей при соотношении кориандр: базилик: имбирь 1:2:2 оказывало отрицательное влияние на вкус овощных пюре.

**Ключевые слова:** гарнир, пюре из картофеля, свеклы, моркови, имбирь, базилик, кориандр, смесь пряностей, органолептические показатели качества.

Пища, попадая в полость рта, воздействует на рецепторы у всех людей по-разному, вызывая смешанные ощущения вкуса, запаха температуры и другие, которые определяют желание попробовать этот продукт. Вкус и аромат – это часть сложной оценки пищевого продукта, его «вкусоности».

Пряно-ароматические растения известны человеку с древнейших времен. Познавая различные растения и травы, люди стали употреблять их в качестве лекарств, консервантов, ароматизаторов, косметики. Одними из первых пряностей начали употреблять «укроп, борщевик, мяту, зверобой, хрен, лук, чеснок, анис. В XV–XVI вв. наши предки узнали петрушку, черный перец, корицу, гвоздику, имбирь, шафран, кардамон, базилик» [1, с. 54]. Специи разнообразят питание, давая в различных сочетаниях с обыкновенными продуктами необыкновенно вкусное блюдо. «Содержащиеся в пряно-ароматических растениях эфирные масла, глюкозиды, тонические и вкусовые вещества улучшают кулинарное качество продуктов, изменяют их консистенцию, делая ее более нежной» [1, с. 54].

Имбирь (лат. *zingiber*) – одна из первых заморских пряностей, вошедших в европейскую кухню. Имбирь лечит простудные и легочные заболевания. Нормализует деятельность

щитовидной железы. Богат солями магния, кальция и фосфора, а также витаминами группы В (В1, В2, В12), помимо этого в имбире содержится железо, цинк, калий, натрий, кальций. На вкус он пряно-острый, обжигающий, с очень сильным приятным запахом, слегка напоминающим лимонный. Корень имбиря применяется в пищу в свежем, сушеном, маринованном или засахаренном виде, целиком или порошком. Порошок имбиря хорош в соусах и супах, тогда как в рецептах мясных блюд часто встречается сам корень. Применение его более чем обширно: его добавляют в салаты, бульоны, супы, к овощам, крупам, сыру [2].

Кориандр (лат. *coriandrum sativum* L.) – древнее растение было известно еще в древнем Египте. Несмотря на острую природу, охлаждающе воздействует на тело человека. Способствует очищению почек, повышению аппетита, обладает мягким желчегонным средством, разжижает кровь, прочищает и укрепляет сосуды, повышает работоспособность, а также улучшает сон. Кроме того, кориандр полезен для маленьких детей: эта приправа входит в состав лекарств от боли в животе. А низкая калорийность и польза превратили кориандр в важный диетический продукт. Чаще всего приправой служат сушеные плоды целые или молотые. Сушеные зрелые плоды имеют мягкий, сладко-палящий вкус и приятный запах апельсиновой корки с древесными нотками. Кориандр, подходит как к острым, так и к сладким блюдам. Является основным компонентом смеси карри. Часто его применяют для выпечки, для ароматизации алкогольных напитков, при производстве мясных консервов, колбасных изделий, различных маринадов, овощных блюд [3].

Базилик (лат. *basilica*) – пикантная трава растения родом из Индии. Сегодня заслуженно популярна как приправа во многих кухнях мира. За свой душистый аромат и целебные свойства в древности базилик получил название «царской травы». Применяются его свежие и сушеные листья, по вкусу напоминающие гвоздику. Хорошо сочетается с чесноком. Считается диетической приправой, так как его можно использовать вместо соли. Но из-за насыщенного вкуса и аромата применять его следует умеренно. Семенами базилика можно ароматизировать салаты, напитки, супы, паштеты. А в свежем виде сочетается с помидорами, яйцами, рыбой, пиццей, бараниной. В любом виде базилик используется при приготовлении соусов, кетчупов, подливок, различных заправок. Отвар из цветков и листьев базилика готовят для понижения высокой температуры. Регулярное употребление базилика способствует улучшению состояния кровеносных сосудов, кожи, ногтей, волос. Наличие антиоксидантов замедляет процессы старения в организме человека и оказывает на него общеукрепляющее действие. Базилик эффективно устраняет проблемы ротовой полости, убивает до 99 % различных бактерий и микробов, подходит для лечения стоматитов, ангин, устранения зубного камня и даже снятия зубной боли. Базилик позитивно сказывается на работе желудочно-кишечного тракта, укрепляет нервную систему и снимает головную боль [4].

Цель работы – изучить влияние высушенных пряностей: имбирь, кориандр и базилик на органолептические показатели овощных пюре.

Для исследования были выбраны наиболее распространенные овощи: картофель, свекла, морковь, которые полезны для человека независимо от возраста и часто применяют при приготовлении гарниров. Картофель и морковь мыли, очищали и отваривали в воде до готовности, отвар сливали и измельчали с помощью блендера. Свеклу отваривали в кожуре, затем очищали и измельчали с помощью блендера. Чтобы исключить влияние соли на вкус пюре готовили без нее. Время варки картофеля и моркови составило 30 минут, свеклы – 60 минут. Пряности смешивали с готовыми пюре каждую отдельно, а также добавляли в виде смеси. Количество пряностей составило кориандр 0,07 %, базилик – 0,15 %, имбирь – 0,14 %, смесь пряностей – 0,15 % от массы овощного пюре. Соотношение пряностей в смеси составило кориандр: базилик: имбирь 1:2:2 соответственно. Для проведения органолептической оценки была разработана шкала балловой оценки (табл. 1). Так как пряности вводили в пюре в небольшом количестве, они не оказывали влияния на внешний вид и консистенцию овощных пюре, поэтому при разработке шкалы учитывали только вкус, запах и цвет пюре.

## Шкала балловой оценки качества овощных пюре с пряностями

Наименование показателя	Характеристика показателя с учетом балловой оценки			
	5	4	3	2
<b>Картофельное пюре</b>				
Вкус	Картофельного пюре с древесным привкусом (кориандр), с пряно-мятным (базилик) со слегка обжигающим привкусом (имбирь)	Слабый, невыраженный привкус пряностей	Резкий ярко-выраженный привкус пряностей	Неприятный посторонний привкус
Запах	С травянистым ароматом (кориандр), с перечным (базилик), с лимонным (имбирь)	Еле уловимый запах пряностей	Без аромата	Резкий, неопределенный
Цвет	Незначительные включения пряностей	С сероватым оттенком	Серый, несвойственный	Наличие больших темных включений
<b>Свекольное пюре</b>				
Вкус	Свекольного пюре со свежим пряным привкусом (кориандр), мятным (базилик), пряно-острым (имбирь)	Слабо-выраженный привкус	Слегка горчит	Горький, неприемлемый
Запах	С древесным ароматом (кориандр), с душистым (базилик), с цитрусовым (имбирь)	Недостаточно ароматный, средний	Неприятный запах, несвойственный	Неприемлемый, посторонний
Цвет	Свойственный, с незначительными включениями	Неяркий	С сероватым оттенком	Несвойственный для данного продукта
<b>Морковное пюре</b>				
Вкус	Приятный с древесными нотками (кориандр), мятный привкус (базилик), слегка жгучий, лимонный привкус (имбирь)	Сильно выраженный древесный привкус	Слабо выраженный привкус	Привкус полностью отсутствует
Запах	Приятный (кориандр), насыщенный душистый (базилик), пряный (имбирь)	Менее насыщенный запах	Слабый запах	Отсутствие ощутимого запаха
Цвет	Яркий свойственный	Имеет более темный оттенок	Бледный	Несвойственный для данного продукта

В органолептической оценке участвовало 16 экспертов, которые дегустировали блюда. Результаты дегустации представлены в табл. 2.

**Влияние пряностей на органолептические показатели качества овощных пюре**

Наименование образца	Внешний вид	ВВкус	Запах	ЦЦвет	ККонсистенция	Органолептическая оценка, балл
Коэффициент значимости	0,5	4	2	22	11,5	
Картофель с кориандром	5,00	3 3,12	2,87	33,50	55,00	35,22
Картофель с базиликом	5,00	3 3,39	4,62	44,75	55,00	42,30
Картофель с имбирем	5,00	3 3,45	3,40	44,50	55,00	39,80
Картофель со смесью пряностей	5,00	3 3,00	3,12	33,87	55,00	35,98
Свекла с кориандром	5,00	44,12	4,37	44,37	55,00	42,45
Свекла с базиликом	5,00	44,62	4,62	44,12	55,00	45,20
Свекла с имбирем	5,00	44,12	3,87	44,00	55,00	40,21
Свекла со смесью пряностей	5,00	33,75	4,25	33,87	55,00	39,24
Морковь с кориандром	5,00	33,37	3,12	33,87	55,00	37,46
Морковь с базиликом	5,00	44,37	3,75	44,12	55,00	42,22
Морковь с имбирем	5,00	44,12	2,87	33,87	55,00	39,95
Морковь со смесью пряностей	5,00	33,87	3	33,37	55,00	38,22

Анализ полученных данных показал, что в образце картофельного пюре с кориандром обнаружены небольшие коричневые включения в виде специ. Вкус древесный, плохо сочетаемый с картофелем. Цвет свойственный пюре, кремовый. В образце картофельного пюре с базиликом также были видны включения приправы темно-зеленого цвета в виде высушенной травы с приятным душистым запахом, и привкусом, напоминающим укроп.

Образцы пюре из свеклы с кориандром, базиликом и имбирем имели более высокие оценки экспертов по сравнению с образцами со смесью пряностей. Благодаря темной и насыщенной окраске свеклы, пряности не оказывали влияние на цвет пюре.

При оценке морковного пюре эксперты отмечали положительное влияние базилика на вкус пюре. В сочетании с морковью базилик придавал душистый аромат и сладковатый вкус, кориандр насыщал пюре древесным привкусом, а имбирь дает горечь и остроту. Возможно следует уменьшить дозировку имбиря и провести дополнительные исследования.

Таким образом, порошки из базилика, кориандра и имбиря оказывают влияние на вкус овощных пюре. Картофельное пюре хорошо сочетается с базиликом, свекольное – с кориандром, базиликом и имбирем, а морковное – с базиликом. Также требуется корректировка соотношения пряностей в смеси, так как установлен их синергетический эффект, отрицательно влияющий на вкус.

**Список литературы**

1. Савельева М.И. Изысканный вкус пряностей // Все о мясе. – 2015. – № 4. – С. 54–55.
2. Кароматов И.Д., Музаффарова С.К. Имбирь – растение с антиоксидантными и противовоспалительными свойствами // Биология и интегративная медицина. 2019. – № 1 (29). – С. 185–196.

3. Кароматов И.Д. Кориандр как лечебное средство // Биология и интегративная медицина. 2016. – № 5 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/koriandr-kak-lechebnoe-sredstvo> (дата обращения: 02.11.22).

4. Кароматов И.Д., Пулатов С.С. Лечебные свойства базилика // Биология и интегративная медицина. – 2016. – № 1 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lechebnye-svoystva-bazilika> (дата обращения: 02.11.22).

Olga L. Ladnova,  
PhD., Associate Professor,  
Elena G. Merkulova,  
PhD., Associate Professor,  
Artyom I. Gorlatykh,  
Graduate student,  
Central Russian Institute of Management – branch of the RANEPА,  
Oryol, Russia

### STUDY OF THE INFLUENCE OF SPICES ON THE ORGANOLEPTIC QUALITY INDICATORS OF VEGETABLE PUREES

**Abstract.** The paper studies the effect of spice powders from basil, ginger root, coriander seeds and their mixtures on the organoleptic quality indicators of vegetable purees from potatoes, beets and carrots. A positive effect of basil powder on the taste of all vegetable purees was found, and coriander and ginger powders on the taste of beet puree, while the combined use of spices at a ratio of coriander: basil: ginger 1:2:2 had a negative effect on the taste of vegetable purees.

**Keywords:** side dish, potato puree, beetroot, carrot, ginger, basil, coriander, spice mixture, organoleptic quality indicators

УДК 663.15:577(045)

Марианна Викторовна Минакова,  
Бийский технологический институт (филиал)  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет им И.И. Ползунова»,  
г. Бийск, Россия,  
Ирина Владимировна Лаут,  
Бийский технологический институт (филиал)  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет им И.И. Ползунова»,  
г. Бийск, Россия,  
Денис Викторович Минаков,  
Бийский технологический институт (филиал)  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет им И.И. Ползунова»,  
г. Бийск, Россия,  
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»,  
г. Барнаул, Россия

### ИССЛЕДОВАНИЕ ФЕРМЕНТАТИВНОЙ АКТИВНОСТИ ВЫСШИХ ГРИБОВ

**Аннотация.** В статье рассмотрен способ получения молокосвертывающего фермента из культуральной жидкости *Riptoporus betulinus* и приготовление мягкого сыра с его помощью. Выход сыра составил 8 %, что в 1,75 раз ниже выхода сыра полученного с помощью сычужного фермента.

**Ключевые слова:** молокосвертывающий фермент, *Riptoporus betulinus*, мягкий сыр

Молокосвертывающий фермент является незаменимым ферментом для производства сыра. Обычно используют сычужный фермент, полученный из сычуга телят. Производство



сычужного фермента дорогостояще, также использование его может быть ограничено по религиозным причинам и в связи с поддержанием вегетарианской диеты. Существует огромное количество ферментных препаратов-аналогов сычужного фермента, источником которых являются микроорганизмы, растения и животные. Однако качество сыров, производимых с помощью таких аналогов, значительно ниже. Они характеризуются горьким привкусом и более коротким сроком хранения [1].

По литературным источникам известно, что высшие базидиальные грибы обладают молокосвертывающей активностью. В работе рассмотрен высший гриб *Piptoporus betulinus*, который растет на мертвой древесине лиственных пород деревьев, в частности березе. Он широко распространен по Алтайскому краю.

Целью работы являлось исследование ферментативной активности высшего сапрофитного гриба *Piptoporus betulinus*.

Из ранее проведенных исследований [2; 3] было установлено, что гриб *Piptoporus betulinus* обладает высокой молокосвертывающей активностью и низкой протеолитической активностью. В данной работе будет рассмотрен способ получения молокосвертывающего фермента для приготовления мягкого сыра.

Чистую культуру получили из плодового тела *Piptoporus betulinus* на сусло-агаре в чашках Петри, выращенную при 28 °С в течение 7 дней.

Для получения молокосвертывающего фермента культивировали макромизет *Piptoporus betulinus* на жидкой питательной среде следующего состава: глюкоза 40 г, дрожжевой экстракт 4г,  $\text{K}_2\text{HPO}_4$  4 г,  $\text{MgSO}_4$  2 г, дистиллированная вода 1000 мл.

Глубинное культивирование проводили в шейкер-инкубаторе при 28 °С в плоскодонных колбах в течение 14 дней. Далее отделяли мицелий от культуральной жидкости центрифугированием. Культуральную жидкость очищали, пропуская через фильтр с размером пор 0,45 мкм.

Для выделения фермента культуральный фильтрат осаждали охлажденным ацетоном 70%. К фильтрату медленно добавляли два объема охлажденного ацетона и осадку затем дали отстояться в течение 1 ч при температуре – 18 °С. Осажденный фермент отделяли центрифугированием при 4500 оборотов в течение 20 мин при 4 °С. Затем осадок сушили на открытом воздухе 30 мин. и растворяли в 0,02 М фосфатном буфере (pH = 6,0) для удаления следов ацетона [4]. Полученный осадок сушили на открытом воздухе в течение 24 ч. Выход продукта составил 0,007 %. Фермент представляет собой порошок белого цвета без вкуса и запаха, представленный на рис. 1.



**Рис. 1. Молокосвертывающий фермент**

Для приготовления мягкого сыра использовали не пастеризованное молоко, плотность которого составила  $1030 \text{ кг/м}^3$ , а кислотность  $20 \text{ }^\circ\text{T}$ . В предварительно подогретую дистиллированную воду объемом 33 мл внесли 0,025 г фермента, раствор выдержали в термостате в течение 30 минут при  $37 \text{ }^\circ\text{C}$ . 500 мл молока пастеризовали при  $75 \text{ }^\circ\text{C}$  15 секунд, далее его охлаждали до  $35 \text{ }^\circ\text{C}$ . В молоко одновременно внесли закваску,  $\text{CaCl}_2$  4 % и раствор фермента в соотношении 1:1:1. Смесь поставили в термостат с температурой  $37 \text{ }^\circ\text{C}$  на 30 минут. Полученный сгусток разрезали на части, отделили сыворотку, творожистый сгусток выжали через марлю. Творожистую массу оставили в холодильнике с температурой  $4 \text{ }^\circ\text{C}$  на сутки до полного созревания сыра. Полученный сыр представлен на рис. 2. Выход продукта составил 40 г, 8 %.



**Рис. 2. Мягкий сыр, полученный с помощью грибного фермента**

Параллельно с этим опытом провели контрольный опыт получения мягкого сыра с помощью сычужного фермента. Выход продукта составил 70 г, 14 %.

Заключение. Выход сыра, полученного с помощью грибного фермента ниже в 1,75 раз по сравнению с сычужным ферментом. Необходимо провести дополнительные исследования по повышению активности грибного фермента и его влиянию на молочный субстрат.

### Список литературы

1. Okamura-Matsui T., Takemura K., Sera M., Takeno T., Noda H., Fukuda S., Ohsugi M., Characteristics of a cheese-like food produced by fermentation of the mushroom *Schizophyllum commune* // J. Biosci. Bioeng, 2001. – № 92. – С. 30–32.
2. Минакова М.В., Лаут И.В., Уразова Я.В., Минаков Д.В., Исследование процесса глубинного культивирования высших грибов для получения молокосвертывающих ферментов // XV Всероссийская научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием «Технологии и оборудование химической, биотехнологической и пищевой промышленности». – Бийск, АлтГТУ им. И.И. Ползунова. – 2022. – С. 324–327.
3. Минакова М.В., Лаут И.В., Уразова Я.В., Минаков Д.В., Исследование способов выделения протеолитических ферментов из культурального фильтрата высших грибов // VI Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Химические проблемы современности». – Бийск, АлтГТУ им. И.И. Ползунова. – 2022. – С. 160–163.
4. Кузнецов И. Н. Технология микробного синтеза антибиотиков, витаминов и ферментов. Лабораторный практикум: учеб.-метод. пособие для студентов специальности 1–48 02 02 «Технология лекарственных препаратов», специализации 1–48 02 02 01 «Промышленная технология лекарственных препаратов». – Минск: БГТУ, 2018. – 85 с.

Marianna Viktorovna Minakova,  
Biysk Technological Institute (branch) of the "Altai State University named after I.I. Polzunov,  
Biysk, Russia,  
Irina Vladimirovna Laut,  
Biysk Technological Institute (branch) of the "Altai State University named after I.I. Polzunov,  
Biysk, Russia,  
Denis Viktorovich Minakov,  
Biysk Technological Institute (branch) of the "Altai State University named after I.I. Polzunov,  
Biysk, Russia,  
Altai State University, Barnaul, Russia

## STUDY OF THE ENZYMATIC ACTIVITY OF HIGHER FUNGI

**Abstract.** The article discusses a method for obtaining a milk-clotting enzyme from its culture liquid *Piptoporus betulinus* and preparing soft cheese using. The yield of cheese showed 8 %, which is 1.75 times lower than the yield of cheese obtained using rennet.

**Keywords:** milk-clotting enzyme, *Piptoporus betulinus*, soft cheese

УДК 640.4

Алена Викторовна Савинчева,  
студент,  
Юлия Андреевна Рахимзянова,  
старший преподаватель,  
УВО «Университет управления «ТИСБИ»,  
Казань, Россия

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ ПИТАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ Г. КАЗАНИ

**Аннотация.** В настоящее время сфера общественного питания развивается соразмерно потребностям и желанием клиента. Абсолютно все нововведения базируются на повышении качества обслуживания и обеспечения большего комфорта для посетителей. Предприятия общественного питания с каждым годом стараются улучшить принципы работы с клиентами: начиная от визуальной составляющей и заканчивая развитием системы управления персоналом. В этой статье рассматриваются инновации в сфере организации питания, введенные в гостиничных предприятиях в городе Казани.

**Ключевые слова:** инновация, ресторан, технологические инновации, сфера питания, общественное питание

В Казани на данный момент работает множество предприятий общественного питания. Для Казани необходимо большое количество различных ресторанов и кафе – это обусловлено тем, что город в последнее время стал популярным для посещения туристов. Исходя из того, что сфера общественного питания охватывает интересы всего населения и приезжающих туристов, требуется особый подход во внедрении каких-либо новшеств, чтобы интересы и потребности посетителей были удовлетворены. Для этого руководство постепенно модернизирует модель ведения бизнеса, внедряя новые технологии и выстраивая шаг за шагом более совершенную систему работы.

В наши дни сфера общественного питания играет огромную роль в экономике. Предприятия ресторанного бизнеса являются основополагающим звеном в этой отрасли и применение инновационных технологий здесь необходимо для дальнейшего развития.

Инновационный потенциал для ресторанного бизнеса очень высок: чтобы ресторан оставался конкурентоспособным, нужно прикладывать огромные усилия для поддержания внимания потребителей к своему заведению. На первых позициях в конкурентной схватке будут те предприятия, которые стремятся постоянно улучшать качество продукции и свою

деятельность, используя разного рода инновационные подходы, придавая своему заведению неповторимый вид и систему работы, стараясь соответствовать постоянно меняющимся потребительским запросам.

Итак, инновация, нововведение – «внедренное или внедряемое новшество, обеспечивающее повышение эффективности процессов и (или) улучшение качества продукции, востребованное рынком» [2]. Другими словами, при внедрении какой-либо инновации у предприятия достигается высокая экономическая эффективность в производстве, потребления продукта или услуги.

Только благодаря разработке продуманной концепции и последовательной, комплексной реализации всех элементов ресторанного бизнеса гарантирован успех в развитии ресторана. «Рестораны играют довольно важную роль в жизни человека. Помимо удовлетворения физиологических пищевых потребностей, «походы» в рестораны выполняют важную социальную функцию» [4].

В усовершенствовании работы ресторанного бизнеса могут быть задействованы следующие типы инноваций [2]:

1. Технологические – связаны с улучшением производства продукции, изделия, техники, новые или развитые ранее действующие технологические процессы. Из этого типа инноваций самой заметной тенденцией является внедрение компьютерных и роботизированных технологий, способных упростить работу сервисного обслуживания посетителей [3]. Например, в Казани сеть ресторанов быстрого питания «Кыстыбый» отказалась от бумажного меню в пользу инновациям. На каждом столике приклеена наклейка с QR-кодом, которую нужно отсканировать при помощи мобильного устройства, – после этого откроется официальный сайт с подробным меню ресторана. Удобство такого новшества заключается в том, что клиенту не нужно ждать, пока ему принесут бумажное меню, и еще раз спрашивать его, хочет ли он сделать дополнительный заказ. Если приехала компания, каждый может сразу ознакомиться с QR-меню и не ждать, пока оно освободится. Также электронное меню является мультязычным, в отличие от бумажного, которое обычно пишется на русском и английском языках.

2. Организационно-технологические – такие инновации связаны с внедрением нового спектра услуг и более эффективными с ними формами обслуживания. К примеру, в ресторане «Дали» в городе Казань новшеством являются так называемые «гастроужины» – мероприятия, направленные на знакомство гостей с новыми кулинарными шедеврами индустрии питания. «Театр кухни Дали» недавно провел свой юбилейный десятый гастроужин, который был приурочен к татарской культуре. Такие мероприятия пользуются огромным спросом, так как потребителю, из-за его постоянно растущих требований, всегда хочется попробовать что-нибудь кардинально новое и интересное. Поэтому гастроужины в ресторанном бизнесе являются отличным вариантом не только для развития своего заведения, но и для привлечения внимания гостей.

3. Управленческие инновации – это усовершенствование форм организационной деятельности предприятия, при которой внедрение новшеств направлено на развитие внутренней системы всего производства. Одним из нововведений такого типа является «летучка». В ресторане города Казани «Марокко» 1–2 раза в неделю проводят летучки, чтобы руководство имело полноценную связь с персоналом. Обычно сбор устраивается перед сменами. Летучки представляют собой короткие мотивационные совещания перед выходом каждой смены. Цель – поделиться с командой новостями и поднять рабочий настрой перед началом дня. Руководство делится новостями, финансовыми планами и показателями, напоминает о возможностях заработать премирование. Если руководство все делает правильно касаясь таких летучек, то обычно в команде просыпаются профессиональные амбиции, следует улучшение работы смены. В ресторане «Марокко» такое новшество имеет свои плоды: восторженные отзывы посетителей не могут врать.

Но для того, чтобы ввести инновации, необходим предварительный анализ рынка и конкурентов. Исследование рынка и конкурентной среды обычно проводится в несколько этапов [4]:

– С самого начала анализируется в целом рынок конкурентов в ресторанном бизнесе. Выбираются предприятия, у которых уже есть какие-либо нововведения, обеспечивающие им роль «основного конкурента».

– Далее проводится маркетинговое исследование финансовой деятельности предприятия-конкурента. Важно понимать, что нужно анализировать только информацию, находящуюся в открытых источниках: цены, условия платежей, условия финансирования и т. д.

– Сервис конкурентов тоже нужно рассматривать. И в данном случае нужно подвергнуть детальному изучению то, как предприятие ресторанного бизнеса организует работу с посетителями.

– И, конечно, важно изучить продукцию конкурентов. Здесь могут пойти в ход разные методы и точки зрения. Но, как правило, анализируются мнения потребителей на предлагаемый товар (в нашем случае – еду, напитки, услуги: банкет, кейтеринг).

И на основе полученной информации строится инновационная стратегия. При этом учитываются характерные ресторанному бизнесу факторы:

– Риск – потенциальная возможность наступления событий, вызывающих определенный материальный ущерб. Предприятие должно определить возможный уровень риска при любом введении любых инновационных технологий.

– Фактор времени – выбирая какое новшество ввести, стоит также исследовать макросреду (демографические, экономические, социальные и т. п.) и микросреду организации (отношение персонала, рабочая атмосфера: для этого обычно проводится SWOT-анализ).

Эффективно решать задачи инновационного развития предприятий, работающих в сфере общественного питания, в первую очередь помогает постоянный анализ изменений, происходящих в стране и на мировых рынках ресторанного бизнеса. А также не надо забывать о главных тенденциях развития науки и техники в области производства.

Следует понимать, что результатами инновационных исследований ресторана заключаются в новых идеях, которые в будущем могут воплотиться в уникальные ресторанные продукты и услуги, а также усовершенствование процессов и форм организации предприятия.

Стоит рассмотреть, какие инновации задействованы на мировом рынке ресторанного бизнеса, иными словами, нововведения в индустрии питания:

1. «Идя навстречу клиентам, ресторан «Pazzi» предлагает не только пиццу или кулинарное шоу с использованием роботизированных технологий, но и ряд уникальных преимуществ: круглосуточное обслуживание, возможность составлять огромное количество рецептов из свежих и качественных продуктов как производителями, так и самими заказчиками, обслуживание за несколько минут. В дальнейшем продвижении концепции рассматриваются разнообразные возможности доставки пиццы, наиболее простым станет подключение к существующим системам типа «Deliveroo» или «Uber». При заказе пиццы у потребителей есть выбор: заказать пиццу на месте через доступные терминалы; использовать приложение, чтобы забронировать почасовую нишу или использовать функцию нарезки пиццы; наконец, создать собственный рецепт из простой заготовки, которым можно поделиться, чтобы его протестировать в других ресторанах» [1, с. 74].

В городе Казани перечисленные новшества есть уже у многих ресторанов: большая часть предприятий общественного питания также подключены к крупнейшим сервисам доставки «Delivery» и «Яндекс Еда», а некоторые даже имеют свою доставку, например «Тануки» и «Му Вох».

2. «В Великобритании владельцы ресторанов, установив на столах зарядные устройства, таким образом предоставили клиентам возможность заряжать мобильные телефоны. Например, в ресторане «Starbucks» опция подзарядки телефонов пользуется большим спросом, привлекая не только завсегдатаев, но и туристов, нуждающихся в постоянной мобильной связи с родными и друзьями и для ориентации в незнакомых местах. В Израиле пошли еще дальше – на предприятии общественного питания была разработана и установлена новейшая технология Wi-Charge, с помощью которой зарядное устройство функционирует в инфракрасном излучении» [1, с. 74].

3. «Сеть предприятий общественного питания «Applebee's» установила около 100 000 планшетов в своих двух тысячах ресторанов. В некоторых ресторанах Франции посетителям предлагают карту вин на планшете iPad. Так, фирма «iWinePad» предоставляет рестораторам приложение, позволяющее презентовать карту вин в электронном виде, которое было создано профессиональным ресторатором и сомелье Кристофом Буаселье. Своеобразная «e-carte» знакомит клиентов с предложенным списком вин и служит справочником сомелье: вина классифицированы по различным регионам, наименованиям, сортам винограда, году производства и ценам. Главное – при заказе клиент получает справку о винах, сочетаемых с выбранными блюдами и рекомендуемых для приема. Такая методика позволяет не только расширить кулинарные познания посетителей, но и значительно поднять показатели товарооборота напитков, увеличивая количество и качество продаваемой продукции» [1, с. 74].

4. «Новые формы обслуживания предлагает английский ресторан «Yo! Sushi», где посетители берут роллы и суши со специального конвейера, движущегося мимо столиков. Ресторанов с таким видом обслуживания насчитывается уже более 150. Рестораторы данного заведения разработали еще одну очень неожиданную новую технологию обслуживания – летающего робота iTray, способного доставлять блюда, заказанные клиентом, к нему на стол. В дрон вмонтирована камера, и он контролируется дистанционно через Wi-Fi» [1, с. 74].

В городе Казани представителем такого вида обслуживания было заведение «Sushi Train», находящееся в торгово-развлекательном центре «Южный» (далее – ТРЦ «Южный»). К сожалению, данное заведение закрылось примерно 2 года назад из-за недостаточного уровня популярности и спроса. К сожалению, ресторан оказался «не в то время и не в том месте», так как ТРЦ «Южный» находится достаточно далеко от центра города, от главного скопления туристов. Недавно открылся торговый центр «Kazan Mall», который мог бы послужить отличным перезапуском такой инновации пусть даже этого же заведения.

5. Меню в ресторане – это первое, на что обращает внимание каждый посетитель. А красивые картинки еды в нем способны пробудить чувство голода даже у сытого человека. Многие заказывают незнакомые блюда только потому, что они очень аппетитно выглядят на фото в меню.

Формат бумажного меню имеет ограничения, которых нет в меню дополненной реальности AR. Благодаря этому меню любой посетитель вашего ресторана может увидеть 3D-модели каждого блюда в натуральную величину, покрутить их со всех сторон, узнать состав, вес, калорийность и рекомендуемые напитки для сопровождения.

Антон Вербик и Филип Стеркс из бельгийской студии Skullmapping придумали кое-что поинтереснее AR-меню. Антон и Филип создали свой концепт подачи блюд с названием Le Petit Chef. Le Petit Chef – это трехмерная видеопроекция (3D-шоу) в виде небольшого ролика для посетителей ресторанов, которая развлекает гостей в ожидании готовности заказа. На рисунке 1 видно, что анимационное шоу разворачивается прямо на столе перед глазами посетителя [5].



Рис. 1. Пример шоу из программы La Petit Chef



В ожидании своего заказа прямо на столе можно наблюдать за работой маленького шеф-повара. Он старается, удивляет своим мастерством, а заодно заставляет от души посмеяться.

Продолжительность шоу в Le Petit Chef не превышает 2,5 минут. Для гостей заведений такое шоу – это яркие, живые эмоции. Наблюдение за маленьким забавным поваром, который с энтузиазмом готовит блюдо и обращается к гостям, невольно подсказывает актуальную тему разговора. Le Petit Chef западает в память и душу за счет сразу нескольких факторов: стилистика шоу, развитие истории, юмор, неожиданные повороты в сюжете, вкусная еда и напитки.

Многие отели и рестораны по всему миру подхватили идею 3D-шоу. Одним из участников была ресторатор из Дубая Надин Бешир, которая решила продвинуться чуть дальше этой идеи и создать многочасовое шоу. Ее сотрудничество с Skullmapping привело к разработке двухчасового обеденного шоу Little Chef: In the Footsteps of Marco Polo. Он основан на концепции Le Petit Chef, улучшенной и дополненной другими элементами. Проект про маленького повара превратился в стартап Dinner Time Story (Обеденные сказки).

Кроме видео и аудио составляющих, шоу-ужин задействует обоняние: сидя за столом можно ощутить холодный горный воздух или ароматы специй на восточном базаре. 3D-шоу, в котором нашлось место шуткам и сюрпризам, по словам создателей задействует все пять основных чувств человека. Трудно спорить, что такое событие посетителю ресторана запомнится надолго.

Какие технологии внедрять и на каком уровне – автоматизации или роботизации – зависит от целей ресторатора: что он планирует предпринимать в отношении своего бизнеса – оптимизировать затраты отдельного ресторана, масштабировать его в сеть, завоевывать новые рыночные ниши или же выйти на какое-либо направление нового рынка или начать передвигаться и открывать новые заведения в других странах.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что ресторанный бизнес постоянно развивается по всем направлениям в разных уголках мира. Ресторанам в Казани, в принципе, как и по всей России, есть потенциал для роста. Будем надеяться, что перечисленные выше инновации, ранее не проходящие пробу в России, не заставят долго ждать жителей и гостей города.

В заключении следует отметить, что внедрение технологий необходимо рассматривать на уровне принятия стратегических решений. Сегодня ресторанный бизнес сталкивается с необходимостью увеличения фонда оплаты труда в условиях нехватки кадров, роста стоимости ингредиентов, из чего следует необходимость сокращать расходы по другим направлениям операционной деятельности. Технологии, как отмечалось ранее, могут качественно повлиять на оптимизацию затрат, оставаясь при этом в соответствии с целями бизнес-инвестиций.

### Список литературы

1. Соколова О.Л., Скопова Л.В. Обзор зарубежного опыта внедрения инноваций в сфере услуг индустрии питания. Индустрия питания. – 2019. – Т. 4. – № 1. – С. 72-80
2. Типы инноваций и их сочетание в рамках одного предприятия / А. С. Сочнева, А. Н. Бугрова, А. И. Домнина, Е. А. Рыбина // Промышленное развитие России: проблемы, перспективы: сборник статей по материалам XVIII Международной научно-практической конференции преподавателей вузов, ученых, специалистов, аспирантов, студентов: в 2-х т., Нижний Новгород, 12 ноября 2020 г. / Мининский университет. Т. II. – Нижний Новгород: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», 2021. – С. 124-127. – EDN JMLRRB.
3. Алексушин Г. В., Соболева О. А. Инновации в обслуживании клиентов ресторана // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма:

материалы VI Международной научно – практической конференции, п. Форос, г. Ялта, Республика Крым, 13–14 мая 2021 года. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2021. – С. 57-59. – EDN IFDQLO.

4. Морозов М. А., Аристов П. О. Анализ конкурентоспособности услуг в ресторанном и досугово-развлекательном бизнесе // Современная конкуренция. – 2015. – Т. 9. – № 4(52). – С. 117–125. – EDN UXUXMV.

5. La Petit Chef [Электронный ресурс]. – URL: <http://le-petit-chef.ru/>

Alyona Viktorovna Savincheva,  
Student,  
Yulia Andreevna Rakhimzyanova,  
Senior Lecturer,  
University of Management “TISBI”,  
Kazan, Russia

### CURRENT TRENDS IN CATERING AT THE ENTERPRISES OF KAZAN

**Abstract.** Currently the catering industry is developing in proportion to the needs and desires of the customer. Absolutely all innovations are based on improving the quality of service and providing more comfort for visitors. Every year catering companies try to improve the principles of working with customers, starting with the visual component and ending with the development of personnel management system. This article discusses innovations in the field of catering, introduced in the hotel enterprises in the city of Kazan.

**Keywords:** innovation, restaurant, technological innovation, catering, public catering

### УДК 640.4

Галина Станиславовна Степанова,  
к. х. н., доцент,  
Елена Лаврентьевна Матвеева  
д. б. н., профессор,  
Лилия Фазльяхметовна Родникова,  
старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### ЭЛЕМЕНТЫ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВНЕДРЯЕМЫЕ В СИСТЕМУ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

**Аннотация.** Общественное питание редко является разработчиком собственных инновационных технологий. Однако на современном этапе наблюдается внедрение инноваций и в ресторанный бизнес, как наиболее перспективный для инвестиций и набирающий быстрый темп развития. В статье затронуты вопросы внедрения новейших разработок в следующие процессы: освоение новейшего оборудования, оцифровывание экономических расчетов, организация торгового процесса и управление производством, взаимодействие с поставщиками, логистами, маркетологами.

**Ключевые слова:** общественное питание, инновационные технологии, ресторанный бизнес, торговый процесс, цифровизация

На сегодняшний день остро ощущается необходимость внедрения инноваций в процессы и технологии, применяемые в общественном питании, в частности в ресторанный бизнес, как развивающийся наиболее быстрыми темпами и являющимся перспективным для ин-



вестиций. Новейшее технологическое оборудование и современные приемы обслуживания потребителей позволяют повысить конкурентоспособность предприятия на рынке услуг. При этом процесс внедрения инновационных разработок не должен быть точечным, иначе невозможно будет достичь необходимого эффекта полного инновационного обновления данного направления.

Необходимо принять во внимание, что, что такая отрасль как общественное питание, в малой степени является разработчиком собственных инновационных технологий. Тем не менее, она стимулирует развитие техник и технологий других смежных отраслей народного хозяйства посредством предъявления спроса на соответствующие научные и инновационные разработки.

Необходимость повышать конкурентоспособность предприятия вынуждает владельцев ресторанный бизнеса внедрять инновационные процессы в следующие области:

- технологию производство продукции и - освоение новейшего оборудования;
- оцифровывание бухгалтерских и экономических расчетов;
- организацию торгового процесса и управление производством;
- взаимодействие с поставщиками, логистами, маркетологами, PR-специалистами.

Удачная классификация инноваций в ресторанном бизнесе приведена авторами работы [1, с. 44–45] и представленная в табл. 1.

Таблица 1

**Классификация инновационных технологий, используемых в международной практике ресторанного бизнеса**

Технология приготовления блюд	Молекулярная кухня – El Bulli (Испания), The Fat Duck (Великобритания) и др.
Технологии механической обработки продуктов питания	Тендерзинг Шприцевание натуральными маринадами мяса и птицы Чистка лука в пароконвектомате Куттеры гильотинного и бритвенного типа Новые котлетоформовочные машины Аппараты по производству пирожков Эффективное использование ведерных блендеров Волюметрические аппараты по фасовке европейских салатов Приготовление котлетных масс Вибромоечное оборудование и др.
Технологии тепловой обработки продуктов питания	Использование технологий Sous Vide, CapKold, Cook & Hold Варка под давлением и в вакууме Бесбойперные паровары Котлы с паровыми рубашками Аксилированное приготовление пищи Низкотемпературные танкеры Обработка в вакуумных пакетах Варка в герметичных пакетах Новые виды опрокидывающихся сковород и жарка на антипригарных одноразовых покрытиях и др.

Классификационный признак	Типы, примеры
Технологии охлаждения полуфабрикатов и готовой продукции	Технология Cook & Chill Технологии охлаждения в одностадийных и двухстадийных blast-чиллерах (аппаратах шоковой заморозки) Скоростное охлаждение в ледяной воде Новые био-шомеры Центрифугирование напитков и морсов, новые среднетемпературные технологии и др.
Технологии увеличения сроков хранения полуфабрикатов и готовой продукции	Технология MAP Упаковка в вакууме Варка в пакетах Упаковка в герметичные гастроемкости и др.
Технологии упаковывания готовой продукции	Автоматическая фасовка салатов Обертывание в стретч-пленку Термоусадочные тоннели Горячие столы Паллетобмотчики Упаковщики в МГС Вакуумные аппараты Упаковка платинкой Карусельные запайщики Конвейерные линии Флоу-пак и др.
Оборудование	Пароконвектомат Шкафы шоковой заморозки Оборудование для открытой кухни Оборудование для ресурсосбережения и др.
Технологии проектирования организаций питания	Дизайнерские и архитектурные инновации в области проектирования: «сквозная поточность», «зоны растаривания», НАССР-проектирование и др.
Средства рекламы	Мобильная реклама Промо-игры, опросы, розыгрыши, викторины Технические инновации в наружной рекламе – конструкции призмавижн, сколлеры, электронные экраны, «движущиеся билборды» и др.

Традиционно вызывают интерес инновационные разработки в области технологий приготовления блюд. Большинству посетителей ресторанов уже известно направление, к которому относят так называемую молекулярную кухню, – применение в практике приготовления блюд жидкого азота, процессов эмульсификации, сферификации, желирования и т. д. Сегодняшним лидером этой гастрономической школы является Анатолий Комм. Именно он был первым русским шеф-поваром, который продвинул русскую кухню на высокий мировой уровень. Его ресторан, где подают традиционные блюда русской кухни в «молекулярном стиле» попал в рейтинг The World's 50 Best Restaurants [2].

Наличие гаджетов практически в кармане каждого молодого человека, расширяет возможности мобильных решений в услугах общественного питания. Мы уже знакомы с такими явлениями как терминалы в точках быстрого питания, где можно изучить меню и сделать заказ, не дожидаясь официантов, где получить порцию мороженого у робота или сделать голосовой заказ виртуальной собеседнице «Алисе» и получить кофе с доставкой на дом. Скоро мы увидим, что роботы с искусственным интеллектом смогут принимать и более сложные заказы.

Внедрение цифровизации в область общественного питания дает толчок к усовершенствованию процесса обслуживания и самообслуживания потребителей. Так, начинается оснащение офисных зданий и промышленных площадок системой специальных терминалов, в которых клиент самостоятельно сможет забрать свой заказ из автоматов-раздатчиков [3, с. 81]. Это позволяет существенно сократить расходы на содержание курьерской службы доставки.

Очевидно, что дальнейшее развитие этой сферы деятельности невозможно без применения инновационных технологий и набирающей темпы цифровизации экономики страны и ее различных отраслей.

### Список литературы

1. Валевич Р.П., Белова С.О. Инновации в общественном питании: необходимость, реальность, перспективы // Потребительская кооперация. – 2011. – № 4(35). – С. 41–48
2. URL: <http://tastylifemag.ru/kitchen/people/anatoliy-komm-geni-y-russkoy-molekulyarnoy-kuhni.html> (дата обращения: 22.11.22).
3. Поджарая Е.К., Моисеева В.А. Инновации в сфере услуг общественного питания // Цифровая наука. – 2020. – № 5(5). – С. 73–91.

Galina Stanislavovna Stepanova,  
PhD, Associate Professor,  
Elena Lavrentievna Matveeva,  
Doctor of Biological Sciences, Professor,  
Liliya Fazlyakhmetovna Rodnikova,  
Senior Lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### ELEMENTS OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES INTRODUCED INTO THE PUBLIC CATERING SYSTEM

**Abstract.** Public catering is rarely a developer of its own innovative technologies. However, at the present stage, innovations are also being introduced into the restaurant business, as the most promising for investment and gaining a rapid pace of development. The report touched upon the introduction of the latest developments in the following processes: the development of the latest equipment, the digitization of economic calculations, the organization of the trading process and production management, interaction with suppliers, logisticians, marketing specialists.

**Keywords:** public catering, innovative technologies, restaurant business, trading process, digitalization

УДК 65.011.56

Татьяна Петровна Трофимова,  
старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Нижнекамск, Россия,  
Татьяна Викторовна Башкирова,  
старший преподаватель,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Нижнекамск, Россия,  
Елена Лаврентьевна Матвеева,  
д. б. н., профессор,  
Казанский инновационный университет имени В.Г.Тимирязова,  
Казань, Россия

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОГРАММЫ «ШЕФ ЭКСПЕРТ» В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

**Аннотация.** В статье рассматривается использование программы «Шеф эксперт» на предприятиях общественного питания. Рассмотрен вопрос автоматизации процессов в деятельности предприятий общественного питания, как одного из ключевых факторов повышения эффективности их дея-

тельности. Изучены основные функции программы «Шеф эксперт». В статье рассмотрены возможности применения данной программы для разработки полного комплекта технологической документации на блюда и изделия в работе предприятий общественного питания.

**Ключевые слова:** общественное питание, автоматизированная программа, информационные технологии, технологическая документация, меню, блюда, расчет, отчеты, функции, эффективность, законодательство

В современных условиях особо остро стоит вопрос повышения продуктивности производства продукции, том числе и обеспечения и качества. Информационные технологии всецело вошли в нашу повседневную жизнь. В настоящее время очень сложно найти сферу деятельности человека, в которой бы не были задействованы информационные технологии. Войдя в любое предприятие общественного питания, будь это ресторан, кафе или бар, мы видим, что на барной стойке размещен компьютер, на котором работники торгового зала вводят заказ, который после этого передается поварам на кухню. Такая система весьма удобна, так как она способствует значительной экономии рабочего времени официантов и барменов, сокращению простоев поваров.

В текущее время актуальность автоматизации любого предприятия общественного питания очень велика – это вопрос не только повышения статуса предприятия, сколько производственная необходимость. Внедрение новогоспециализированного программного обеспечения позволяет предприятиям общественного питания повышать эффективность своей деятельности, что приводит к быстрой их окупаемости.

Современное предприятие общественного питания – это не просто место, где производят и организуют потребление произведенной кулинарной продукции, но это и создание условий для организации досуга. Организация такого процесса очень сложна, так как предписывает не только соблюдение санитарно-гигиенических и технологических правил на производстве, но и контроль за работой обслуживающего персонала, учетом и калькуляцией производимой продукции.

Практичность автоматизации процессов на различных предприятиях общественного питания с позиции их клиентов – это более оперативная работа с расчетами с посетителями, обеспечение предлагаемого меню всеми необходимыми ингредиентами, согласно технологическим документам.

Применение автоматизации на предприятиях общественного питания позволяет: ускорить работу производственному персоналу; упрощение работы обслуживающему персоналу; вести упрощенный учет сырья, полуфабрикатов и готовой продукции, составлять калькуляционные карты, составлять различного вида отчеты, снижать различного вида махинации в работе персонала предприятия.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что автоматизация процессов в общественном питании – это незаменимый элемент в деятельности современного предприятия, которое хочет вывести его на более эффективный уровень.

В настоящее время разработаны специальные информационные технологии для предприятий общественного питания, которые позволяют в значительной степени облегчить, улучшить и ускорить ряд операций, характерных для данного бизнеса. К таким программам относятся «R-Keeper», «IikoChain», «1С-Рарус», «UNISYSTEM Ресторан», «X-КАФЕ», «Microinvest Склад Pro» и многие другие.

Рассмотрим программу «Шеф эксперт». Эта программа для создания набора технологической документации на производимую кулинарную продукцию предприятий общественного питания. Основными функциями программы для предприятий общественного питания являются:

- составление технико-технологических карт на фирменные блюда и кулинарные изделия согласно ГОСТ 32691-2014 «Услуги общественного питания. Порядок разработки фирменных и новых блюд и изделий на предприятиях общественного питания» [4];

- указание в технико-технологической карте таких показателей, как количество белков, жиров, углеводов, калорийность блюда, органолептических и микробиологических показате-

лей, срока годности согласно ГОСТ 32691-2014 «Услуги общественного питания. Порядок разработки фирменных и новых блюд и изделий на предприятиях общественного питания» [4];

- составление технологических карт согласно ГОСТ 31987-2012 «Услуги общественного питания. Технологические документы на продукцию общественного питания. Общие требования к оформлению, построению и содержанию» [2] в соответствии официальных сборников рецептур блюд и кулинарных изделий;

- составление калькуляционных карт для определения стоимости блюд;

- составление плана-меню предприятия общественного питания и требования в кладовую на его основании;

- формирование дневного заборного листа, акта о реализации и отпуске изделий из кухни и ряд других функций.

С помощью программы «Шеф Эксперт» также возможно: загрузить готовые рецептуры блюд кулинарных изделий; пересчитать стоимость блюда при изменении цен закупки сырья и полуфабрикатов и при изменении сезонных потерь при холодной обработке картофеля и овощей; работать в локальной сети для сетевых предприятий общественного питания; сохранять полученные данные на любом внешнем носителе или в «Облаке» на одной из поисковых систем и многие другие операции.

Одной из особенностей программы «Шеф Эксперт» является то, что с ее помощью имеется возможность объединения с другими автоматизированными программами, такими как «1С: Предприятие».

Современный технолог – это высококвалифицированный, всесторонне развитый, творческий человек, его труд неразрывно связан с компьютером, использованием информационных технологий. Применение специальных программ упрощает работу работников общественного питания и позволяет получать результаты без проведения расчетов вручную, что в свою очередь позволяет сохранить время, уменьшить вероятность просчета в любых вычислительных операциях.

Таким образом, в настоящее время остро понимается проблема использования программных продуктов для облегчения работы по созданию технологической документации на новые блюда. Рекомендуемая программа «Шеф эксперт» наиболее удачно будет применяться в сфере общественного питания для разработки технологической документации на фирменные блюда. Программа осуществляет расчет технико-технологических карт, калькуляций, актов проработки; быстрый и точный расчет калорийности блюд, потерь при тепловой механической обработке; содержит информацию об ингредиентах пищевых веществ; сборники рецептур и прочее.

### Список литературы

1. ГОСТ Р 56766-2015 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания. Требования к изготовлению и реализации». – М.: Стандартинформ, 2016. – 8 с.

2. ГОСТ 31987-2012 «Услуги общественного питания. Технологические документы на продукцию общественного питания. Общие требования к оформлению, построению и содержанию». – М.: Стандартинформ, 2014. – 12 с.

3. ГОСТ 30390-2013 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия». – М.: Стандартинформ, 2014. – 14 с.

4. ГОСТ 32691-2014 «Услуги общественного питания. Порядок разработки фирменных и новых блюд и изделий на предприятиях общественного питания». – М.: Стандартинформ, 2015. – 14 с.

5. Информационные технологии в сфере общественного питания / А. С. Гройлов, Е. М. Аверина, А. С. Бугаенко, И. А. Винокурова // Молодой ученый. – 2011. – № 3. – Т. 1. – С. 100–102.

Tatiana P. Trofimova,  
Senior lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Nizhnekamsk, Russia,  
Tatiana Viktorovna Bashkirova,  
Senior lecturer,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Nizhnekamsk, Russia,  
Elena Lavrentievna Matveeva,  
Doctor of Biology, Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## USING THE CHEF EXPERT PROGRAM IN PUBLIC CATERING

**Abstract:** The article discusses the use of the "Chef Expert" program in public catering enterprises. The issue of automation of processes in the activities of public catering enterprises is considered as one of the key factors in improving the efficiency of their activities. The main functions of the "Chief Expert" program have been studied. The article discusses the possibilities of using this program to develop a complete set of technological documentation for dishes and products in the work of public catering enterprises.

**Keywords:** catering, automated program, information technology, technological documentation, menu, dishes, calculation, reports, functions, efficiency, legislation

УДК 664

Лилия Ильдусовна Хайруллина,  
преподаватель,  
Амина Радиковна Гилязова,  
студент,  
Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации,  
Казань, Россия

## НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

**Аннотация.** Бизнес, связанный с индустрией питания, в настоящее время стремительно развивается. В сфере общественного питания появляются новые технологии, которые приносят много пользы как работникам, так и клиентам. Авторами статьи рассмотрены основные направления развития инноваций в сфере общественного питания.

**Ключевые слова:** общественное питание, инновации, таблет питание, CapKold-технология, технология Cook&Chill

В настоящее время во всех сферах жизнедеятельности человека происходят изменения, связанные как с расширением знаний, так и с технологическим прогрессом. Не является исключением и область общественного питания, которая выступает одной из важнейших областей для человека, так как среди населения все больше и больше людей отдают предпочтение посещению различных предприятий питания, нежели самостоятельной готовке еды. Неоспоримым преимуществом отказа от готовки дома является экономия времени и энергии, а также возможность попробовать «новые» и «сложные» блюда без приложения собственных усилий. Исходя из этого, бизнес, связанный с индустрией питания сегодня стремительно развивается. В сфере общественного питания появляются новые технологии, которые приносят немалую пользу как работникам сферы общественного питания, так и ее клиентам.

Одной из инноваций является право выбора блюд, иначе говоря, сами клиенты имеют возможность выбирать, что есть, формировать свой поднос. При этом все манипуляции с формированием индивидуального подноса с едой проводятся сразу на кухне. Такая технология получила название таблет питания. Основным преимуществом таблет-питания является сохранение температуры приготовленных блюд благодаря тому, что в поднос встроены аккумулятор и термопластины. Такие специальные приборы «запоминают» температуру тарелок и сохраняют ее постоянной. К тому же блюдо накрывается плотной герметичной крышкой, а значит, соответствует правилам санитарии. Технология таблет-питания особо актуальна в больницах, так как есть возможность формирования отдельных продуктов для конкретного пациента.

Другой инновацией является технология приготовления пищи, имеющей название CapKold. Данная технология подразумевает варку пищи на пару и его последующее моментальное охлаждение в «барабанах с холодной водой». После такой обработки продукт может храниться при низкой температуре – около 3 °С до 45 суток без использования различных консервантов.

CapKold-технология разрабатывалась учеными на основе законов микробиологии в части правильной переработки продуктов питания. Производственный цикл длительностью не более двух часов предотвращает развитие и распространение болезнетворных патогенных организмов, которые при наличии благоприятных микроклиматических условий во время размножения могут выделять споры. Данная технология признана единственной в мире технологией, успешно выстраивающей производственный процесс таким образом, чтобы споры микроорганизмов не имели возможности выделять токсины.

CapKold-технология является дальнейшим развитием другой технологии, широко распространенной в современном индустриальном питании – Cook&Chill. Эта относительно простая и эффективная инновационная технология используется чаще всего при проведении масштабных мероприятий, где необходимо приготовить в большом объеме разнородную продукцию. Технология Cook&Chill подразумевает, что после приготовления продукт моментально подвергается охлаждению (с 65 до 10 °С), а далее хранится в холодильной камере. И только перед подачей клиенту продукт разогревается.

Современные инновационные технологии применяются не только в процессе приготовления пищи, но также и в работе по учету предприятия и его сотрудников. Как для крупных предприятий, так и для мелких заведений (кафе, столовая) разрабатываются автоматизированные системы. Специальное программное обеспечение повышает показатели эффективности работы предприятия, а также влияет на рост производительности труда. К примеру, система Iiko, применяемая во многих заведениях общественного питания, позволяет отслеживать и контролировать все процессы склада и кухни. Кроме того, программа мотивирует работающий персонал, что в итоге положительно отражается на продуктивности предприятий.

Исходя из вышесказанного, можно отметить следующие основные направления развития инноваций в сфере общественного питания:

1. Быстрый темп роста предприятий общественного питания в городских и даже сельских местностях, а значит и рост числа клиентов разного возраста, которые предпочитают не только поесть, но и поработать, провести деловые встречи, собеседования в заведениях общепита.

2. Продуктовые инновации, подразумевающие разработку абсолютно новых видов продукции с новым биохимическим составом.

3. Технологические инновации в производстве продукции, т. е. применение автоматизированного оборудования, которое заменяет человеческий труд и способствует повышению эффективности работы предприятия.

4. Программные инновации в заведениях общественного питания, с помощью которых происходит контроль и координация всех операций на предприятии.

Таким образом, сфера общественного питания за счет внедрения новых инновационных технологий движется только вперед, привлекая новых клиентов и повышая производи-

тельность труда предприятия. Человечество все больше и больше облегчает себе жизнь, придумывая иногда, казалось бы, сумасшедшие идеи, которые активно воплощаются в реальную жизнь.

### Список литературы

1. Андрухова Е.А. Инновационные кулинарные технологии // Материалы VIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». – URL: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016026219> (дата обращения: 03.11.2022).
2. Инновации в общественном питании // Новости фармацевтики и медицины. – URL: <http://almapharm.ru/2012/11/innovacii-v-obshhestvennom-pitanii/> (дата обращения: 23.10.2022).
3. Информационные технологии в сфере общественного питания // Молодой ученый. – 2011. – Т. 1. – № 3. – С. 100–102.

Liliya Ildusovna Khayrullina,  
Teacher,  
Amina Radikovna Gilyazova,  
Student,

Kazan Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation

### DIRECTIONS OF INNOVATION DEVELOPMENT IN THE FIELD OF CATERING

**Abstract.** Business related to the nutrition industry is now rapidly developing. In the field of catering, new technologies are emerging that bring many benefits to both workers and customers. The author of the article considered the main directions for the development of innovations in the field of catering.

**Keywords:** catering, innovation, food tablet, CapKold technology, Cook & Chill technology

УДК 663.64

Гулия Агзамтдиновна Хаматгалеева,  
к. п. н., доцент,  
Казанский кооперативный институт (филиал)  
АНО ВПО ЦРФ «Российский университет кооперации»,  
Казань, Россия

### РАЗРАБОТКА НАПИТКА НА ОСНОВЕ МИНЕРАЛЬНОЙ СТОЛОВОЙ ВОДЫ С ДОБАВЛЕНИЕМ ЭКСТРАКТА ЛИМОНА

**Аннотация.** Статья посвящена разработке функционального напитка на основе столовой минеральной воды. В статье описана технология и рецептура напитка, а также определены сенсорные показатели качества. Вводимый экстракт лимона благотворно влияет на органолептические показатели напитка, обеспечивая необходимыми витаминами организм человека, способствует лучшему усвоению минеральной воды, благодаря сбалансированности питьевой воды.

**Ключевые слова:** вода минеральная столовая, растительное сырье, рецептура, технология, показатели качества, безалкогольные напитки, функциональные продукты питания, лимон

Российский рынок напитков активно развивается. Статистические данные показывают, что в 2020 году производство минеральной воды увеличилось на 6 %. Основную долю производства составляет столовая минеральная вода – 38,7 %. Данные статистической отчетности Республики Татарстан за 2021 году показывают, что производство воды минеральной и питьевой увеличилось на 125,3 % и составило 246 240,8 тыс. л по сравнению с прошлым годом (табл. 1) [4].



Производство отдельных видов напитков<sup>1</sup>

	Январь-август 2021г.	Январь-август 2021г. в % к январю-августу 2020г.	Август 2021г. в % к	
			августу 2020г.	июлю 2021г.
<b>Производство напитков</b>				
пиво, кроме отходов пивоварения, тыс. дкл	39325,9	108,6	95,1	89,4
солод, тонн	...	106,4	66,4	107,7
воды минеральные и воды питьевые, неподслащенные и неароматизированные, тыс. полулитров	246240,8	125,3	143,8	85,8
напитки безалкогольные прочие, тыс. дкл	4549,8	99,3	105,9	54,6

<sup>1/</sup>(...)В целях обеспечения конфиденциальности первичных статистических данных, полученных от организаций, в соответствии с Федеральным законом от 29.11.2007г. №282-ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации» (п.5 ст.4, п.1 ст.9) во избежание передачи информации, косвенно раскрывающей единственных производителей продукции публикуются только темпы роста (снижения).

Внесение в состав минеральной воды различных натуральных растительных добавок, позволяет повысить ее натуральность и пищевую ценность до требований функциональных продуктов [6; 7; 8]. Данное условие определило актуальность исследования.

Цель данной статьи – разработка рецептуры и технологии напитка на основе воды минеральной столовой с добавлением растительного сырья. В качестве задач нами рассматривались следующие: определить оптимальную дозировку внесения экстракта растительного сырья; дать оценку сенсорным характеристикам полученного напитка.

В качестве объекта минеральной воды выбрана минеральная столовая гидрокарбонатная магниевая-кальциевая вода «Эдельже». Вода минеральная природная питьевая соответствует требованиям стандартов Российской Федерации [1; 2; 3; 5].

Для обогащения напитка выбран натуральный экстракт растительного сырья – лимон. Лимоны полезны органическими кислотами, витаминами, пектиновыми веществами и др.

Производство минеральной воды представлено на рис. 1.

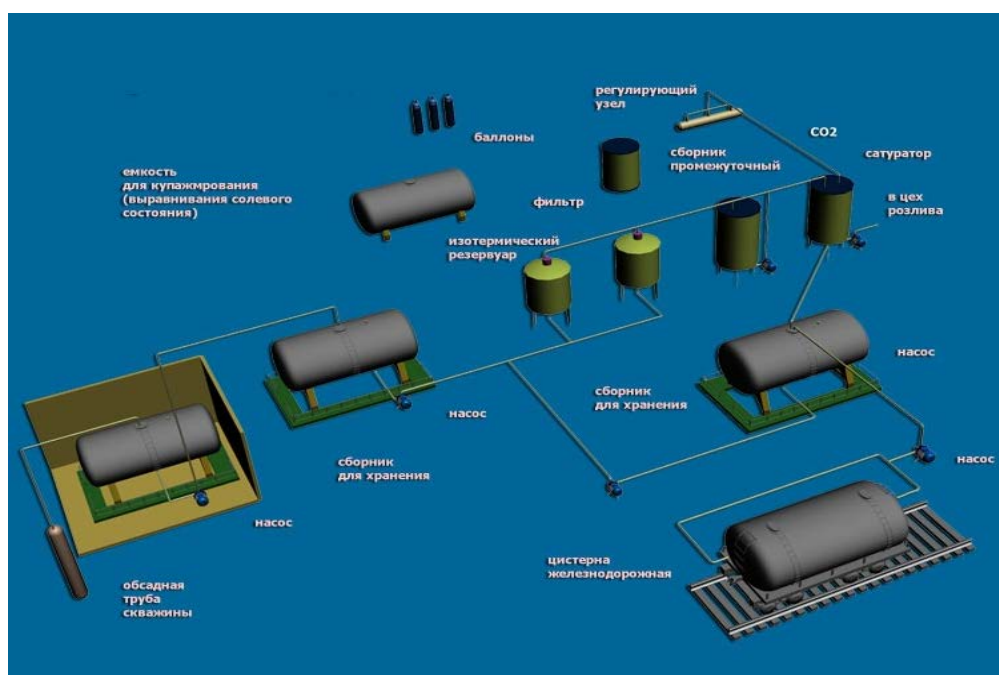


Рис. 1. Технологический процесс производства минеральной воды

Рассмотрим производство минеральной столовой воды, которое представляет собой следующие этапы:

- 1 этап. Из скважины минеральная вода поступает в накопительные резервуары.
- 2 этап. В фильтровальном блоке удаляют взвешенные частицы, тем самым, повышая качество бактерицидной обработки.
- 3 этап. Минеральную воду подвергают обработке ультрафиолетовыми лучами для уничтожения микроорганизмов.
- 4 этап. Минеральную воду охлаждают на пластинчатом теплообменнике, а затем насыщают двуокисью углерода.
- 5 этап. Приготовление ПЭТ-бутылок.
- 6 этап. Минеральную воду розливают и укупоривают в ПЭТ-бутылки, этикируют и маркируют, упаковывают, подача готовой продукции на склад.

Анализ научно-технической литературы позволил составить ингредиентный состав нового функционального напитка на основе воды минеральной столовой.

При производстве напитка выбрана смесь, состоящая из воды минеральной столовой, экстракта, полученного из плодов лимона, воды питьевой, фруктозы, кислоты лимонной, бензоата натрия и двуокиси углерода.

Производство нового функционального напитка на основе минеральной столовой воды с добавлением растительного экстракта, полученного из плодов лимона, представляет собой технологический процесс, состоящий из стадий: каптирование, транспортирование, хранение, фильтрация, охлаждение, сатурация, обеззараживание, розлив и укупорка бутылок.

Все компоненты для купажного сиропа согласно рецептуре соединяют и перемешивают. Сироп заливают в купажный чан и перемешивают, затем вносят расчетное количество кислоты.

Плоды лимона дробят, разламывают и перетирают, процеживают. Подготовленное растительное сырье соединяют с водой и отправляют на 5 часов в противоточный горизонтальный экстрактор непрерывного действия, затем экстракт перекачивают в емкость-накопитель и направляют на фильтрацию и обеззараживание.

Затем экстракт через мерник перекачивают в купажный чан.

Бензонат натрия смешивают с водой, подготовленная смесь поступает в купажный чан, смесь тщательно перемешивается, фильтруется до полной прозрачности и охлаждения сиропа до температуры 8–10 °С. Растворенный воздух удаляют из смеси и насыщают диоксидом углерода в сатураторе, затем разливают по емкостям.

Дозируют купажный сироп в бутылки в сироподозировочных машинах. Все бутылки оформляют этикетками и расфасовывают по ящикам.

Внесение экстракта лимона имеет как положительные, так и отрицательные стороны. При внесении оптимального количества экстракта, вкус напитка становится более гармоничным и сбалансированным. Чрезмерное количество внесения экстракта, наоборот, придает напитку терпкий, несвойственный вкус. Поэтому возникла необходимость оптимальной дозировки внесения экстракта лимона.

С этой целью изготовлены напитки на основе минеральной воды с добавлением разного количества растительного экстракта лимона.

Путем экспериментальных мероприятий выбраны наиболее оптимальные дозировки экстракта в количестве 35 мл, 60 мл, 80 мл на 1,5 л напитка. Путем дегустационной оценки отобранные образцы сверялись с контрольным образцом. Сенсорную оценку качества напитков производили по разработанной 25 бальной шкале. Результаты сенсорной оценки представлены в табл. 1.

## Результаты сенсорной оценки

Наименование показателя	Образец 1 с закладкой экстракта лимона 35 мл на 1,5 л напитка	Образец 2 с закладкой экстракта лимона 60 мл на 1,5 л напитка	Образец 3 с закладкой экстракта лимона 80 мл на 1,5 л напитка
Внешний вид	Прозрачная жидкость без посторонних включений	Прозрачная жидкость без посторонних включений	Прозрачная жидкость без посторонних включений
Цвет	Бесцветный	Светлый, желтоватый	Желтоватый
Вкус и запах	Слабовыраженный	Сбалансированный	Резкий запах, остаточное послевкусие, горечь

Экспертами оптимальным образцом выявлен образец 2 с закладкой экстракта лимона на 1,5 л напитка 60 мл.

Оценка физико-химических показателей напитка представлена в табл. 2.

## Сводная таблица физико-химических показателей напитков

Наименование показателя	Фактические данные
Массовая доля сухих веществ, %	4,7
Кислотность, см <sup>3</sup>	2,2
Количество витамина С, мг	15,8
Содержание рутина, мг	2,38
Содержание фенольных веществ, мг	925
Содержание флавоноидов, мг	2,7
Массовая доля двуокиси углерода, %	0,45
Массовая доля гидрокарбонат-ионов, мг/дм	373,6
Массовая доля кальция, мг/дм	83,5
Массовая доля магния, мг/дм	23,4
Объем полноты налива, см <sup>3</sup>	1,47
Стойкость, сут.	90
Герметичность укупорки	ГОСТ Р 52109-2003

Шкала сенсорной оценки качества напитка с экстрактом лимона и возможными дефектами, которая представлена в табл. 3.

## Шкала оценки качества напитка с лимоном

Наименование показателя	Требования к качеству	Возможные дефекты
Вкус	Кисло-сладкий с привкусом характерным лимону	Несвойственный доброкачественному сырью, перебродженный, вкус плесени, с горечью; чрезмерная или недостаточная сладость или кислотность напитка
Запах	Чистый, с легким ароматом лимона	Сильно или недостаточно выраженный; резкий, кислый
Цвет	Свойственный цвету экстракта лимона, светлый с оттенком желтизны, с блеском	Неравномерный, мутный, без блеска
Внешний вид	Прозрачная жидкость без осадка и посторонних включений. Допускается легкая опалесценция, обусловленная особенностями используемого сырья	Непрозрачная жидкость. Наличие взвесей, осадка, мути, слизи. Наличие на поверхности колец, пленок

Проведенные экспериментальные исследования напитков на основе воды минеральной столовой с добавлением лимона позволили сделать следующие выводы и предложения:

- установлено количество экстракта лимона для производства напитка, которое должно соответствовать 120 мл на 1,5 л напитка или 10800 л на 90 т напитка;
- в качестве подсластителя использовать натуральный сахарозаменитель фруктозу;
- в качестве минеральной воды рекомендуется использовать воду минеральную столовую с минерализацией до 1 г/л во избежание специфичного солоноватого вкуса;
- рекомендуется использовать холодный способ приготовления купажа с сокращением попадания воздуха в готовый купаж с целью предотвращения потери биологически активных веществ;
- невысокая себестоимость напитка позволит предприятию сполна окупить затраты.

Таким образом, новый напиток позволяет расширить ассортимент воды функционального назначения. Рекомендуется массовое производство данного напитка, так как разработанный напиток позволяет удовлетворять растущий спрос на экологически чистые продукты [9].

### Список литературы

1. ГОСТ Р 54316-2011 Воды минеральные природные питьевые. Общие технические условия. – Введ. 22.04.11. – М.: Стандартинформ, 2011. – 40 с.
2. ГОСТ 28188-1989 Напитки безалкогольные. Общие технические условия. – Введ. 01.07.91. – М.: Стандартинформ, 2007. – 10 с.
3. ГОСТ 6687.2 – 1990 Продукция безалкогольной промышленности. Методы определения сухих веществ. – Введ. 17.08.90. – М.: Московский печатник, 2002. – 13 с.
4. Промышленное производство в Республике Татарстан в январе 2021 года. – URL: <https://tatstat.gks.ru/news/document/114530> (дата обращения: 05.11.22).
5. Технический регламент Евразийского экономического союза «О безопасности упакованной питьевой воды, включая природную минеральную воду» (ТР ЕАЭС 044/2017)
6. Хаматгалеева Г.А. Разработка и исследование функционального напитка с добавлением экстракта мяты перечной // Современная наука и инновации. Вып. 2, 2022. – С. 83–95.
7. Хаматгалеева Г.А. Разработка рецептуры напитка на основе воды минеральной столовой с добавлением экстракта шиповника // Современная наука и инновации. Научный журнал. Выпуск 4(36), 2021. – С. 142–146.
8. Хаматгалеева Г.А. Использование Na-катионитового фильтра при производстве минеральной воды // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук: сборник научных трудов VI Междунар. конф. профессорско-преподавательского состава (Казань, 18 марта 2022 г.). – Чебоксары: ИД «Среда», 2022. – С. 375–379.
9. Функциональные продукты как новое направление пищевых технологий: монография / кол. авторов; под ред. Г.С. Степановой. – М.: РУСАЙНС, 2020. – 154 с.

Gulia Agzamtdinovna Khamatgaleeva,  
PhD, Associate Professor,

Kazan Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation,  
Kazan, Russia

### DEVELOPMENT OF A BEVERAGE BASED ON MINERAL TABLE WATER WITH ADDED LEMON EXTRACT

**Abstract.** The article is devoted to the development of a functional drink based on table mineral water. The article describes the technology and recipe of the drink, as well as the sensory indicators of quality. The introduced lemon extract has a beneficial effect on the organoleptic characteristics of the drink, providing the human body with the necessary vitamins, promotes better absorption of mineral water, due to the balance of drinking water.

**Keywords:** mineral table water, vegetable raw materials, recipe, technology, quality indicators, soft drinks, functional food, lemon

## Раздел IV

# СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ АСПЕКТЫ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 81.23

Гузель Агзамовна Вильданова,  
к. филол. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### КЛЮЧИ К ПОНИМАНИЮ НАЦИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА

**Аннотация.** В статье исследуется возможность изучения национального менталитета посредством культурной метафоры. Автор полагает, что культурная метафора «Американский футбол» ярко иллюстрирует американский образ жизни и установки на соперничество. В работе соотносятся составляющие культурной метафоры с образом жизни и поведением представителей американской культуры.

**Ключевые слова:** культурная метафора, менталитет, национальная культура

Guzel Agzamovna Vildanova  
PhD, Associate Professor  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov  
Kazan, Russia

### UNDERSTANDING CULTURAL MINDSET

**Abstract.** The article considers the possibility of studying cultural mindset through cultural metaphor. The author believes that the cultural metaphor «American football» illustrates the American lifestyle and competitive culture. The paper shows how cultural metaphor components are related to the values, attitudes and behaviours of the American culture.

**Keywords:** cultural metaphor, mindset, national culture

World cultures diversity has long captivated researchers of different scholarly fields and they tried to conceive it via various means among which language is one of the most powerful. As far as the notion «culture» is concerned, it is a vague concept referring to signifying, symbolic, or meaning system and can be defined as the totality of that group's thought, experiences, and patterns of behavior and its concepts, values, assumptions about life that guide behavior and how those evolve with contact with other cultures» [1]. In this respect, the opportunity of studying a certain cultural mind set through linguistic lens appears credible since one of the ways in which we display identity is through the language we use. In particular, Russian linguist S.G. Ter-Minasova defines language as mirror, treasury, transmitter and tool of culture and all people use language to encode their experience, to structure their understanding of the world and of themselves, and to engage one another interactively.

Taking into account human propensity to categorize the reality and create stereotypes, it is no wonder that many cultural psychologists, anthropologists and linguists strive to figure out some clues to characterize quite ambiguous and multilayered cultures in a concise and clear-cut way. As a result they succeed in unraveling only few elements of the fascinating puzzle called «national culture» failing to grasp the entire picture. But the idea of the ultimate culture snapshot presents itself to me as mission impossible. So within this article I will try to explore some American cultural fea-

tures that are impressed in mindset and influence linguistic expression. As shown in numerous research studies, there are different language means which give us cultural insight and serve as powerful symbols of national identity. Let me dwell on the idea of cultural metaphor developed by M.J. Gannon and illustrate its consistency from the linguistic perspective, drawing on the corresponding euphemistic vocabulary. The cultural anthropologists believe that through the use of each metaphor and its characteristics, we begin to see the society in a new and different way and in the same manner as its members do, we can compare and access societies. Relying on empirical research conducted by M.J. Gannon, E.A. Locke, A. Gupta, P. Audia, & A.L. Kristof-Brown (2005) they state that (1) cultural metaphors do exist; (2) individuals, both within their own national culture and from other national cultures, tend to think of national cultures in this fashion; and (3) they are important for understanding cross-cultural differences. But although such metaphor can serve as a guide or map, it is only a starting point for understanding contradictions, it is in-depth, but still partial perspective and it should be enriched by new information and experience [1].

The following issues identify key cultural metaphors: religion, early socialization and family structure, small group behavior, public behavior, leisure pursuits and interests, total lifestyle: work/leisure, home and time allocations to each, aural space: the degree to which members of a society react negatively to high noise levels, roles and statuses of different members of a society, holidays and ceremonies, greeting behavior, humour and language: oral and written communication, non-oral communication such as body language, sports as a reflection of cultural values, political structure, educational system, traditions and the degree to which the established order is emphasized, history (but only as it reflects mind-sets or the manner in which its members think, feel, and act, not a detailed chronology of events), food and eating behaviour, class structure, rate of technological and cultural change, organization of and perspective on work, such as a society's commitment to the work ethic, superior-subordinate relationships, etc. A national culture is studied in depth using all these categories, native speakers are interviewed and discussions presenting the results are conducted. Besides the researchers take into account the historical and social cultural background and categorize it. Accordingly M.J. Gannon and R. Pillai classify various cultures naming them Authority-ranking, Egalitarian, Cleft, and so on, providing historical evidence for such classification. As far as American and Russian cultures are concerned, they are defined as Market-Price and Torn respectively. It is also interesting that the key cultural metaphors chosen for them, as it presents to the anthropologists, are «American Football» (the USA) and «Russian Ballet» (Russia) [1].

Within this article I would like to turn to «American Football» as the cultural metaphor appropriate for understanding US Americans and US business behavior. The idea of football manifesting a culture is puzzling to outsiders just as the game itself. Frankly speaking being far from sport, earlier I underestimated the role that football plays in ordinary American citizens lives. But seeing in Austin the «orange» crowds of people (orange is the official color of Texas Longhorns team) attending Saturday football matches or a great number of students wearing orange T-shirts, comes understanding that sport, esp. American football is not only national pastime, it is national religion accompanied by a set of ceremonies and symbolically presenting national mind set. Another American sports game – baseball – can now hardly compete with football in popularity, as one of the American journalists neatly stated drawing parallel between the sports games and national world view: «Baseball is where we were. Football is what we have become».

The «Church of Football» (R. Lipsyte's term) involves some rituals like «tailgate party» (a uniquely US phenomenon when fans drive hundreds of miles to attend the game and everyone arrives at the parking lot prepared for an outdoor party) and pre-game and halftime entertainment (major sponsors presentation, cheerleaders, twirlers, US flag and anthem, patriot's marching band, etc.). According to M.J. Gannon the following football incorporate the American values:

- Strategy and war: strategy is fundamental in football, war and American business.
- Individualism within the team structure: football is a team game yet the individual is glorified and celebrated and in business Americans believe in equality of opportunity but not equality of outcomes.

- Technology and tools: the equipment that professional football use, the cameras and satellites that follow them reflect the US fascination with new technology.
- Competitiveness: numbers have an immense impact on the decision-making process in American society. In football standardized quarterback's ranking, ranging from «percentage of pass completions» to «interceptions over touchdowns» to «number of yards passed per game» is used to decide the player's livelihood just like in academic setting when students are often evaluated and compared relative to each other or polls to which US politicians are very sensitive.
- Religious affiliation: during games and interviews, coaches and players invoke God and religion as source of their success and inspiration.
- Nationalist beliefs: ethnocentric behavior, i.g. the Super Bowl being referred to as the «world championship». To many US Americans the globe revolves around the USA, which is the «best part» of it, and the poorer countries are protected by US financial and military force.
- Aggression, high risks, and unpredictable outcomes: warlike football atmosphere closely parallels the extraverted and belligerent US society [3].

With aggression (which is often interpreted as energy and intense motivation) being part of football's appeal it is no wonder that emotions run high on football matches. The fans feel free to express their indignation and swear unlike commentators who have to hide their negative attitudes behind euphemisms and would rather characterize a player as a «competitor» than using some strong word for expressing disapproval, for instance: «What a ... competitor!» Or characterizing manner of playing as «physical» (hitting people hard). Or naming a mediocre player as a "role-player" or a "hard worker» since it is unprofessional to call a spade a spade for ethic reason. Some American football terms turn into euphemisms when used in everyday speech. For example, someone who is always criticizing and saying how he/she would have done something better or differently after the event has passed can be called «Monday-morning quarterback» which originates from the fact that professional football games are often played on Sundays. The other term that is mostly now associated with football is «Hail Mary pass» which is a very long forward pass in American football, made in desperation with only a small chance of success, especially at or near the end of a half. The term is popular when characterizing many of American politicians' desperate policies and actions in the Middle East and during election campaigns: «Bush's Hail-Mary Pass» (The Washington Post, January 14, 2007), «Bush Throws A Hail Mary Pass» (Newsweek, September, 10, 2010), «Opinion: Obama's Obamacare Hail Mary» (Wall Street Journal, August, 5, 2014), «Obama's Hail Mary pass to destroy ISIS» (The Washington Times, October, 16, 2014), etc. The expression «an end run» meaning a play in which the ball carrier attempts to run around one end of the defensive line, in informal speech denotes «a maneuver in which impediments are bypassed, often by deceit or trickery». Some terms have become jocular: the expression «goal-line stand» meaning an offense attempts to score a touchdown from a short distance, either on one play or a series of plays, acquires a new meaning describing the situation «when a guy saves a friend with Beer Goggles on against an unattractive female using any means necessary to get their drunk friend away from the girl before she scores and permanent damage is done». The list of such expressions is quite huge illustrating the popularity of football and its astounding similarity to real American life and competitive culture.

## Literature

1. Vil'danova G. A. Cultural metaphor in cross-cultural competence development. In *Problemy i perspektivy razvitiya mnogourovnevnoj yazykovoj podgotovki v usloviyah polikul'turnogo obshchestva: Materialy V mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii*, Kazan', 08 iyunya 2018 goda. Kazan': Kazanskij gosudarstvennyj universitet kul'tury i iskusstv, 2018. – Pp. 6–9.
2. Vil'danova G. A. Nacional'no-kul'turnaya specifika nepryamogo vyskazyvaniya (na primere amerikanskogo varianta anglijskogo yazyka) [National and cultural specificity of indirect statement (based on American English)] in *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. – 2017. – № 11(188). – Pp. 85–89. – DOI 10.23951/1609-624X-2017-11-85-89.

Сергей Александрович Грашин,  
к. э. н., доцент,  
Поволжский государственный университет сервиса,  
Тольятти, Россия

## ДОГОВОРЫ В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРОБЛЕМЫ ЗАКЛЮЧЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ

**Аннотация.** В статье затрагиваются вопросы регулирования договорных отношений в сфере гостеприимства. Выделяются и описываются характерные особенности заключения и реализации договоров с точки зрения гражданского права РФ, а также специфика подобного рода договоров, которая обуславливается особенным характером туристского продукта.

Автор приходит к выводу, что существующие в настоящее время договоры между организаторами предоставления услуг по гостеприимству в основном базируются на основе зарубежного опыта и некоторых договоров, касающихся организации подобного рода услуг, выработанных юридической практикой. Между тем, учитывая, что туристские правоотношения очень распространены и представляют собой самостоятельную обособленную сферу хозяйственной деятельности, существует насущная необходимость в централизованном правовом обеспечении подобного рода отношений.

**Ключевые слова:** сфера гостеприимства, договора, туристские правоотношения, туристский продукт.

Индустрия гостеприимства, являясь собирательным понятием, включает в свой состав целый спектр областей, связанных с оказанием различного рода услуг гражданам, в том числе сюда относятся услуги по проживанию и питанию, проведение мероприятий, организация поездок и осуществление туристской деятельности в целом. В качестве специальных субъектов, которые могут принимать участие в осуществлении подобного рода направлений деятельности, следует выделить не только отели и туристские агентства, но также рестораны и бары.

Несмотря на то, что сфера гостеприимства самым непосредственным образом затрагивает развитие духовные ценности и ознакомление с историко-культурными ценностями общества, она не свободна и от весьма значительных проявлений имущественных отношений, а, следовательно, подпадает под регулирование правовых норм такой отрасли права, каковым является право гражданское.

В частности, касается данная проблема регулирования договорных отношений. В настоящее время отечественное гражданское право продолжает активно развиваться, в законодательстве появляются новые нормы, касающиеся регулирования договорных отношений, появляются и новые виды договоров. Изменение и совершенствование экономических отношений вызывают к жизни новые виды договоров, которые не были известны отечественному законодателю ранее. Большое и все увеличивающееся количество различного вида договоров, которые существуют в настоящее время в Российской Федерации, обуславливают необходимость проведения их классификации по различным основаниям, в противном случае и законодатель и правоприменитель могут утратить понимание об особенностях соотношения, сходствах и различиях разного рода договоров. Проблема правильной классификации договора имеет не только теоретическое значение, но и самым непосредственным образом связана с применением в отношении соответствующих договорных отношений той или иной нормы гражданского права.

В настоящее время и с точки зрения науки гражданского права и с точки зрения существующей в данном отношении правоприменительной практики особенности института гражданско-правовых договоров, их видов, структуры и принципов реализации, особенностей возникновения гражданско-правовых обязательств в связи с наличием или отсутствием определенных юридических фактов; все это может быть оценено как один из наиболее неод-



нозначных, проблемных, дискуссионных и вместе с этим актуальных вопросов в соответствующей сфере юридического знания.

В настоящее время осуществляется множество исследований различного рода гражданско-правовых договоров. Но для того, чтобы подобного рода выделения и классификации выглядели логичным и аргументированным образом, первоначально всегда необходимо достижение соглашения относительно тех или иных понятий, употребляемых исследователями соответствующего института гражданского права.

Определение договора выступает в качестве ключевой категории, имеющей значение для всего гражданско-правового регулирования имущественной сферы жизни общества, причем оно даже выходит за рамки гражданского права. В настоящее время Гражданский кодекс РФ содержит главу 27 «Понятие и условия договора». В соответствии с ней договором признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей. Договор в указанном случае приобретает легальное определение и обозначен, как «соглашение, влекущее возникновение, изменение и прекращение гражданских прав и обязанностей».

С точки зрения гражданского права регулирование сферы гостеприимства не выходит за рамки соответствующих обязательственных отношений, а заключаемые в данном отношении договоры должны подчиняться общим принципиальным началам гражданско-правового регулирования.

При этом внимательное изучение данной сферы общественных отношений позволяет говорить о возможном делении соответствующих договоров на две несовпадающие группы: во-первых, на группу договоров, заключаемых между специальными субъектами гостиничного дела, целью которых является организация их взаимодействия для наиболее эффективного удовлетворения потребностей туристов. В качестве договоров второй группы могут рассматриваться соглашения, которые непосредственно заключаются между субъектами туристской деятельности и физическими лицами, желающими получить туристские услуги.

Наибольшей спецификой в данном случае обладают договоры первой группы – заключаемые специальными субъектами между собой относительно предоставления туристского продукта третьим лицам (туристам). Кроме стандартных гражданско-правовых договоров, существуют специфические договорные конструкции (например, договоры о квоте мест с гарантией заполнения, о квоте мест без гарантии заполнения; о твердой закупке мест с полной оплатой и др. [3].

Особенности подобного рода договоров обуславливаются специфическим характером туристского продукта, который часто носит сложный комплексный характер, включает в свой состав как услугу по размещению в гостинице, так и услугу питания. Подобного рода «туристские» договоры не были указаны законодателем в Гражданском кодексе Российской Федерации.

Проведенный анализ существующей в отношении рассматриваемого вопроса научной литературы позволяет отметить, что в настоящее время объем специальных исследований не является значительным. Организации и форматам взаимодействия, анализу практики сотрудничества средств размещения и туристских фирм были посвящены работы таких исследователей, как О.В. Мещерякова [1], Д.М. Федосеев [2], А.П. Чистилина [3] и Е.М. Шевченко [4].

Говорится о возможности подобного рода договорных отношений также и в Национальном стандарте РФ ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 ноября 2010 г. № 580-ст), но подробно соответствующий институт гражданского права России в данном документе, конечно, не прописывается. В связи с этим существующие особенности реализации данных договоров большим образом

Разновидности договоров, заключаемые между гостиницами и непосредственным потребителем туристского продукта, носят более простой характер. С точки зрения Гражданского кодекса РФ они регламентированы законодательством и, обычно, сводятся к договору возмездного оказания услуг либо агентскому договору. Подобного рода договоры в данном

случае носят публичный характер, и на них распространяется законодательство о защите прав потребителей.

Необходимой и важной для цели нашего исследования является статья 421 ГК РФ, в соответствии с которой граждане и юридические лица свободны заключать договор, а какое бы то не было понуждение к заключению договора кроме требований закона либо добровольной воли лица не допускается. Если условие договора не определено сторонами или диспозитивной нормой, соответствующие условия определяются обычаями, применимыми к отношениям сторон [3].

В соответствии со статьей 422 ГК РФ, договор должен соответствовать обязательным для сторон правилам, установленным законом и иными правовыми актами (императивным нормам), действующим в момент его заключения.

Руководствуясь своими мотивами при осуществлении правотворческой деятельности, законодатель указал часть гражданско-правовых договоров непосредственно в тексте Гражданского кодекса РФ. Иные договоры были указаны в тексте специальных законов, кроме того, участники договорных отношений были наделены законодателем правом заключать также и договоры, в законодательстве не предусмотренные. Рассмотрение подобной классификации договоров, их деление на предусмотренные или не предусмотренные законодателем имеет большое значение как в плане выстраивания договорных отношений между контрагентами, так и в процессе защиты сторонами договора своих прав в суде.

Гражданский кодекс РФ закрепляет в себе нормы об очень значительном количестве договоров, которые могут быть заключены в Российской Федерации. Несмотря на это, целый ряд договоров законодатель не захотел или не смог урегулировать на основании общих положений Гражданского кодекса РФ в соответствии с их спецификой. Вопросам регулирования особенностей заключения и исполнения данных договоров посвящен большой перечень иных нормативных правовых актов

В качестве третьей разновидности договоров на основании критерия выделения соответствующих конструкций в российском гражданском законодательстве, можно указать на наличие группы договоров, которые не закреплены ни в Гражданском кодексе РФ, ни в иных нормативных правовых актах. Возможность существования данной разновидности договорных конструкций обусловлена наличием в Гражданском кодексе РФ ст. 421 «Свобода договора». Из текста данной статьи следует, что в данном отношении будет допустимым также и дополнительное деление соответствующих договоров, из числа которых можно выделить, во-первых, договоры совершенно неизвестные гражданскому законодательству – их договорная конструкция ни полностью, ни частично не является знакомой законодателю. В качестве второй разновидности можно назвать договорные конструкции, которые, несмотря на то, что они непосредственно в гражданском законодательстве Российской Федерации и не предусмотрены, содержат в себе элементы нескольких иных договоров, отечественному гражданскому законодателю известные.

Можно прийти к выводу, что дифференциация договоров на закрепленные в Гражданском кодексе РФ, названных законодателем в иных законах и подзаконных актах, и законодателем непоименованных имеет значение с точки зрения непосредственного правоприменения и договорного регулирования гражданских правоотношений. Так, в отношении договоров, непосредственно указанных в Гражданском кодексе РФ применяются общие правила, предусмотренные в гражданском законодательстве Российской Федерации. Что касается иных договоров, указанных в законах и подзаконных актах, но не указанных законодателем в тексте Гражданского кодекса РФ, должны применяться специальные нормы соответствующего нормативного правового акта. Положения Гражданского кодекса РФ в данном случае будут исполнять роль более общего правового регулирования – применяться к вопросам, касающимся соответствующего договора, не указанным в тексте соответствующего нормативного правового акта. Контрагенты также вправе заключить договор, не указанный напрямую в тексте ГК РФ. В том случае, если характер данного договора предполагает объединение в его конструкции элементов различных договоров, к регулированию данных элементов будут

применяться положения ГК РФ, касающиеся регламентации соответствующих договорных отношений. В тех же случаях, когда подобный «составной» характер указанная договорная конструкция не носит, данные положения будут регулироваться в соответствии с общими правилами об аналогии гражданского закона. В правильном определении нормативно-правового акта, применимого к соответствующим договорным правоотношениям, заключается сущность данного вида классификации гражданско-правовых договоров.

Можно прийти к выводу, что в настоящее время договоры между организаторами предоставления услуг по гостеприимству в основном базируются на основе зарубежного опыта и некоторых договоров, касающихся организации подобного рода услуг, выработанных юридической практикой.

Существует насущная необходимость в централизованном правовом обеспечении подобного рода отношений, что может быть обусловлено тем обстоятельством, что туристские правоотношения очень распространены и представляют собой самостоятельную обособленную сферу хозяйственной деятельности. Определение соответствующих понятий и процедур в рамках нормотворческой деятельности позволит повысить рациональность участия субъектов в подобного рода вопросах, это также улучшит ситуацию с обеспечением законности в рассматриваемой области общественных отношений. Разработка соответствующего нормативного акта может рассматриваться как важная и своевременная государственная задача.

### Список литературы

1. Мещерякова О. В. Анализ практики сотрудничества средств размещения и туристских фирм // Креативный город: материалы VIII региональной научно-практической конференции, Пенза, 2 ноября 2019 года. – С. 58–62.

2. Федосеев Д. М. Организация взаимодействия гостиниц с туристическими предприятиями // Молодежный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы: сборник статей по материалам 5-й студенческой научно-практической конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 24 апреля 2020 года. – С. 194–201.

3. Чистилина А. П. Форматы взаимодействий между туроператорами и средствами размещения // Стратегические изменения в сфере туризма и гостеприимства: поиск нового вектора развития: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Казань, 21 сентября 2018 года. – С. 597–605.

4. Шевченко Е. М. Туристический рынок России в условиях кризиса // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2016. – № 51. – С. 16–22.

Sergey Aleksandrovich Grashin,  
PhD, Associate Professor,  
Volga Region State University of Service,  
Togliatti, Russia

### CONTRACTS IN THE FIELD OF HOTEL ACTIVITY: PROBLEMS OF CONCLUSION AND IMPLEMENTATION

**Abstract.** The article touches upon the issues of regulation of contractual relations in the field of hospitality. The characteristic features of the conclusion and implementation of contracts from the point of view of civil law of the Russian Federation, as well as the specifics of such contracts, which are determined by the special nature of the tourist product, are singled out and described.

The author comes to the conclusion that the currently existing agreements between the organizers of the provision of hospitality services are mainly based on foreign experience and some agreements related to the organization of such services developed by legal practice. Meanwhile, given that tourist legal relations are very common and represent an independent separate area of economic activity, there is an urgent need for centralized legal support for such relations.

**Keywords:** hospitality, contracts, tourist legal relations, tourist product

Игорь Алексеевич Гурьянов,  
Айгуль Айратовна Гаязова,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## РОЛЕВАЯ ИГРА КАК МЕТОД ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

**Аннотация.** В статье рассматривается использование метода ролевой игры при обучении иностранному языку для формирования необходимых навыков межкультурной коммуникации у обучающихся по направлению «Туризм» и «Гостиничный бизнес». Проанализированы такие понятия как «коммуникативная компетенция», «межкультурная коммуникация» и «ролевая игра». Приведены примеры эффективного использования ролевых игр с учетом стандартов чемпионатного движения WorldSkills на занятиях по иностранному языку.

**Ключевые слова:** ролевая игра, коммуникативная компетенция, межкультурная коммуникация, иностранный язык, чемпионатное движение WorldSkills, индустрия гостеприимства

На сегодняшний день индустрия туризма является одной из бурно развивающихся отраслей экономики, усиливается ее роль и востребованность на мировом рынке. Главной особенностью развития данной индустрии является положительное влияние на инфраструктуру туристского направления: благоустройство парков и скверов, создание новых рабочих мест, продвижение туристического региона и улучшение качества обслуживания.

За последние два года закрытые границы и распространение коронавирусной инфекции положительно сказались на развитии внутреннего туризма Российской Федерации, туристический поток внутри страны значительно увеличился.

Туризм также бурно развивается в регионах, в том числе в Республике Татарстан. Республика Татарстан обладает для развития туристического бизнеса всем необходимым: выгодным географическим положением, богатыми природными ресурсами, а также значимым культурным и историческим наследием. Согласно данным Государственного комитета Татарстана по туризму, в 2021 году Республику Татарстан посетили более трех миллионов человек, что составляет 92 % от показателей посещаемости допандемийного 2019 года [1]. Исходя из вышеуказанных данных, можно сделать вывод, что на сегодняшний день туризм в Республике Татарстан восстановился от существенного спада туристического потока 2020 года, что может быть обусловлено особой привлекательностью региона для туристов.

Одной из ведущих и ключевых сфер развития туризма является сфера гостеприимства. Индустрия гостеприимства – это сложная, комплексная сфера деятельности специалистов, работа которых направлена на удовлетворение запросов и желаний клиентов. Одной из основных задач предприятий гостиничной индустрии является создание комфортных условий для всех проживающих в отелях. Несомненно, приоритетным фактором развития отеля является компетентность и квалификация сотрудников. Это существенно влияет на имидж гостиницы, так как гости стремятся остановиться для проживания в отеле с высоким качеством обслуживания, поэтому большое значение уделяется развитию индустрии гостеприимства. Главной трудностью при этом является нехватка компетентных сотрудников.

Особую функцию в средствах размещения выполняет служба приема и размещения (СПиР). От работы данной службы зависит желание гостя остановиться в отеле и вернуться для проживания вновь. Главным сотрудником СПиР является администратор, который регистрирует, расселяет гостей, объясняет правила проживания, информирует о дополнительных услугах, предоставляет туристическую информацию о городе и регионе. Сотрудник службы приема и размещения должен обладать такими навыками, как: коммуникабельность и доброжелательность, отзывчивость и способность найти индивидуальный подход к каждому гостю. Главными компетенциями в работе должны быть умение эффективно общаться с гос-

тем и знание особенностей межкультурной коммуникации, так как основой деятельности сотрудника службы приема и размещения отеля является взаимодействие с гостями.

Межкультурная коммуникация – это процесс общения двух или более лиц, которые являются носителями различных культур и имеют свой язык, типы поведения, ценности, обычаи, традиции и установки. Главной задачей администратора отеля является предоставление качественного сервиса не только гостям, которые разговаривают на родном языке, но иностранным туристам. Поэтому персоналу отеля необходимо обладать знаниями межкультурной коммуникации, так как она является неотъемлемым фактором развития индустрии гостеприимства. На сегодняшний день на рынке труда востребован полилингвизм, когда сотрудники знают более одного иностранного языка. В России руководство отеля на собеседовании при приеме на работу сотрудника особое внимание уделяет знанию английского языка, так как английский язык является международным и одним из самых распространенных языков в мире. Соответственно, на наш взгляд, при подготовке будущих специалистов в учебных заведениях среднего профессионального и высшего образования необходимо внести изменения в процесс профессиональной подготовки, добавить элементы в формирование терминологического глоссария на иностранном языке по профильным дисциплинам.

Согласно В.К. Жукову, коммуникативная компетенция – это психологическая характеристика человека как личности, которая проявляется в его общении с людьми или способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с людьми [2]. Таким образом, коммуникативная компетенция включает в себя систему знаний, умений и навыков, обеспечивающих способность и реальную готовность к речевому взаимодействию и взаимопониманию. В межкультурной коммуникации основными элементами коммуникативной компетенции являются такие, как: умение определять специфические для определенной культуры сигналы готовности собеседника начать или прекратить общение, адекватное понимание собеседника, способность выразить свою мысль на иностранном языке, умение сохранять коммуникативную дистанцию, использование вербальных и невербальных средств общения, принятые в определенной культуре.

В процессе обучения иностранному языку коммуникативная компетенция представляет собой совокупность знаний о языке, его единицах, о построении предложений и функционировании их в речи. Более того, коммуникативная компетенция раскрывается при формулировании мыслей на изучаемом языке, при понимании иноязычной речи и национально-культурных особенностей носителей того или иного языка, то есть это способность личности, изучающей иностранный язык, осуществлять процесс общения средствами иностранного языка в различных видах речевой деятельности, понимать, интерпретировать и порождать связанные высказывания.

Теоретическую основу коммуникативной компетенции составляют знания о языке, практической частью выступают речевые умения. На сегодняшний день недостаточно только применение традиционных методов в преподавании иностранного языка будущим специалистам сферы гостеприимства, необходимо рассматривать иностранный язык как совокупность системы культурных ценностей и особенностей поведения носителей того или иного языка. В связи с данным фактором большое значение приобретает вопрос повышения уровня иноязычной подготовки и межкультурной образованности обучающихся.

В методике преподавания иностранных языков в последнее время делается упор на формирование коммуникативных навыков, что способствует развитию устной речи посредством регулярного взаимодействия друг с другом. Обучающиеся, изучающие английский язык в профессиональной деятельности, должны уметь эффективно выстраивать общение с представителями разных стран. Это демонстрирует их профессионализм и культурную осведомленность, а также умение применять знания на практике в общении с гостями и коллегами, так как в сфере гостеприимства коммуникативные навыки являются основополагающими для успешного ведения бизнеса.

Эффективным способом для развития межкультурной коммуникативной компетенции в рамках изучения иностранного языка в гостиничной индустрии являются подготовка и уча-

стие в чемпионатном движении WorldSkills в компетенции «Администрирование отеля». WorldSkills – это чемпионат молодых профессионалов по рабочим специальностям, основной целью которого является популяризация рабочих профессий и повышение значимости профессионального образования.

Компетенция «Администрирование отеля» представляет собой моделирование работы специалиста службы приема и размещения за стойкой регистрации. Основными задачами во время соревнований у участника являются бронирование номеров, заселение и выселение гостей, помощь во время проживания, отработка экстраординарных ситуаций и письменные задания по деловой переписке. Объективными критериями оценивания выступления конкурсантов в данной компетенции являются международные стандарты обслуживания в сфере гостеприимства. Кроме того, также оцениваются и такие субъективные аспекты как манера поведения участника, его отзывчивость и доброжелательность к гостю, грамотность устной речи русского языка. Стоит отметить, что одним из критериев в процессе оценки является уровень владения и грамотность английского языка, поэтому при подготовке участников данной компетенции большое внимание уделяется изучению английского языка.

Компетенция «Администрирование отеля» дает возможность систематизировать процесс обучения будущего сотрудника службы приема и размещения отеля. Администратор должен быть адаптирован к современным реалиям рынка труда гостиничной индустрии, поэтому для подготовки высококвалифицированных специалистов сферы гостеприимства необходимо внедрять стандарты WorldSkills во многие профильные предметы, а также добавить элементы взаимосвязи между предметами. Особенностью такой взаимосвязи может стать использование метода ролевой игры в изучении иностранного языка.

Ролевая игра – это форма организации коллективной учебной деятельности на уроке, имеющая своей целью формирование и развитие речевых навыков и умений в условиях, максимально близких к условиям реального общения [3]. Метод ролевой игры также используется в компетенции «Администрирование отеля», то есть в отработке принимают участие два обучающихся, один участник берет на себя роль администратора отеля, другой выступает в роли гостя. Участники проводят одну из процедур взаимодействия администратора с гостем, а преподаватель и остальная группа обучающихся выступают в качестве наблюдателей и специалистов оценки. После завершения ситуации идет активное обсуждение также на иностранном языке. Таким образом, ролевая игра является полезным инструментом не только для развития языковых навыков, но и для расширения социокультурных знаний и межкультурной осведомленности.

Симуляция является одной из основных форм ролевых игр. В чемпионатных заданиях по компетенции «Администрирование отеля» всегда используют сценарии из реальной жизни. Согласно методике М.А. Каплан, симуляция помогает обучающимся справиться с непредсказуемостью и выработать уверенность в себе благодаря использованию методики ролевых игр [4]. В зависимости от того, как разработана и организована ролевая игра, ее можно использовать для самых разных целей. Использование метода ролевых игр по стандартам WorldSkills при обучении обучающихся направления «Туризм» и «Гостиничный бизнес» дает возможность практиковаться в использовании иностранного языка в отельной индустрии, отработать грамматику, пополнить словарный запас и улучшить произношение для того, чтобы в профессиональной деятельности не возникали трудности. Метод ролевой игры помогает обучающимся быстро принимать решения, освоить устойчивые выражения и отработать на занятиях ситуации, которые могут возникнуть в процессе трудовой деятельности. Применение данного метода с учетом стандартов WorldSkills в процессе обучения будет более эффективным, так как обучающиеся смогут изучить лексику из своей профессиональной отельной деятельности и улучшить свои навыки разговорного английского языка.

Таким образом, использование метода ролевой игры и стандарты WorldSkills по компетенции «Администрирование отеля» позволяют формировать необходимые навыки межкультурной коммуникации обучающихся по направлению «Туризм» и «Гостиничный бизнес».

## Список литературы

1. Итоги Государственного комитета Республики Татарстан по туризму за 2021 год / [Электронный ресурс] // Государственный комитет Республики Татарстан по туризму – Казань, 2021. – URL: [https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm?pub\\_id=3108929](https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm?pub_id=3108929) (дата обращения: 24.10.2021).
2. Жуков, В. К., Андреев В. И., Капилевич Л. В. Педагогика и психология: учеб. пособие / В. К. Жуков, В. И. Андреев, Л. В. Капилевич – Томск: Изд-во Томск, политех. ун-та, 2008 – 139 с.
3. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Современный словарь методических терминов и понятий. Теория и практика обучения языкам. – 2-е изд., стереотип. – М.: Русский язык. Курсы, 2019. – 496с.
4. Kaplan, M. A. Learning to converse in a foreign language: the Reception Game / M. A. Kaplan // New York: Longman. – 1997. – № 28. – Pp. 149–163.

Igor Alexeevich Guryanov,  
Aygul Ayratovna Gayazova,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

### ROLE PLAY AS A METHOD OF FORMING COMMUNICATIVE COMPETENCE

**Abstract.** The article discusses the use of the role-playing method in teaching a foreign language to form the necessary skills of intercultural communication among students in the direction of "Tourism" and "Hotel business". Such concepts as "communicative competence", "intercultural communication" and "role-playing game" are analyzed. Examples of the effective use of role-playing games taking into account the standards of the WorldSkills championship movement in foreign language classes are given.

**Keywords:** role play game, communicative competence, intercultural communication, foreign language, WorldSkills championship movement, hospitality industry

УДК 377.3

Игорь Алексеевич Гурьянов,  
Сагдиана Решатовна Рустамова,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### WORLDSKILLS КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

**Аннотация.** В статье раскрываются актуальные способы развития практикоориентированного подхода в процессе подготовки кадров для индустрии гостеприимства в системе «колледж-вуз». Обосновываются методы практикоориентированного процесса образования, а также инновационные подходы, применяемые в обучении. Отмечается важность внедрения техники «кейс-стади» для организации процесса подготовки будущих специалистов для индустрии гостиничного бизнеса.

**Ключевые слова:** практикоориентированный подход, технология обучения, стандарты операционных процедур, гостеприимство

Гостиничная сфера является одной из наиболее прогрессивных сфер деятельности в обществе любого государства. Поскольку стандарты постоянно видоизменяются, необходимо регулярно работать над улучшением процесса обучения будущих специалистов индустрии гостеприимства. На данный момент наибольший вклад в подготовку специалистов отельного бизнеса вносят профильные учебные заведения – колледжи и вузы. Именно им в

первую очередь необходимо следить за тенденциями и внедрять лучшие практики в методику обучения. Данная специфика образовательной деятельности в ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова» выстроена по системе непрерывного образования «колледж – вуз». Студенты колледжа после завершения обучения могут поступить на любое направление бакалавриата, тем самым получая возможность получить умения, знания и навыки разных направлений подготовки. Обучающиеся после завершения учебных заведений среднего профессионального образования могут поступить на такое же направление подготовки высшего образования, улучшая и развивая свои навыки. Согласно программе обучения будущих специалистов гостиничного бизнеса в колледже – это подготовка специалистов среднего звена, которая позволяет выпускникам стать сотрудниками службы приема и размещения гостей, а на программах обучения высшего образования готовят руководителей подразделений отеля и управляющего всего гостиничного предприятия. При этом зачастую прослеживается следующая тенденция: выпускники, желающие устроиться на работу в гостиницу по своей специальности, сталкиваются с тем, что знания, полученные в учебном заведении, носят скорее теоретический характер, нежели практический. Все те процессы, а именно: бронирование, заселение, выселение, помощь гостю во время проживания – выполняются в реальной жизни совершенно по-другому [1, с. 37]. По этой причине система образования нуждается в реформации и внедрении практического опыта в формате лучших мировых практик.

В качестве лучших практик мы подразумеваем внедрение в обучение стандартов чемпионатного движения WorldSkills. WorldSkills – это чемпионатное движение по популяризации рабочих профессий, соревнование, в рамках которого молодые профессионалы выявляют сильнейшего в каждой компетенции. На протяжении многих лет, начиная с 1946 года, когда зародилось данное движение, профессионалы своего дела принимают участие в этом чемпионатном движении и доказывают свое мастерство. Лучшие из лучших, победители различных чемпионатов, обучаются новейшим технологиям в своей сфере, внедряют инновационные идеи, которые, пройдя период апробации, становятся неотъемлемой частью профессиональной деятельности – профессиональным стандартом. При внедрении данной методики в учебном процессе, повышается общий уровень подготовки у всех обучающихся, так как в процесс подготовки включаются все студенты. Важно отметить, что ввиду потребности различных профессиональных сфер в качественных рабочих кадрах, подобный формат обучения активно применяется во многих образовательных учреждениях. Данная необходимость не обошла стороной и гостиничную сферу.

Внедрение обучения по стандартам WorldSkills в учебные планы вузов и колледжей дало бы начало новому этапу развития индустрии гостеприимства. На данный момент гостиничная сфера как никогда раньше нуждается в грамотных специалистах, которые смогли бы дать толчок в повышении качества сервиса в отелях, что дало бы в перспективе увеличение туристического потока. Важным элементом процесса подготовки является внедрение мировых стандартов работы сотрудников гостиничной индустрии. Под стандартами мы понимаем методики обслуживания гостей в лучших международных отелях, алгоритмы работы как стандартных процедур по бронированию, заселению и выселению, так и различных других

ситуаций, в которых сотрудникам необходимо проявить смекалку, скорость реакции и решительность действий, как в экстраординарных ситуациях и помощи гостю во время проживания [2, с. 108].

В рамках обучения по стандартам WorldSkills могут быть реализованы экскурсии в отели с целью проверки качества сервиса (side inspection), чтобы студенты – будущие специалисты гостиничной сферы, наглядно смогли проанализировать и изучить важность грамотного обучения сотрудников [3, с. 2]. Также хорошей мотивацией студентов стало бы проведение отраслевых чемпионатов и внутренних соревнований на базе WorldSkills, где студентам необходимо было бы окунуться в профессию и выполнить конкурсное задание, примерив на себя желаемую должность.



Опыт показал, что внедрение в процесс обучения метода case study (кейс-стади) дает реальный положительный результат. Данная методика подразумевает использование «кейсов» из реальной жизни и проработку возможных путей их решения. Например, во время практической части занятия преподаватель предоставляет задачу, основанную на реальной ситуации, произошедшей в гостинице. Студенты пытаются предпринять необходимые действия для решения задачи и выхода из проблемной ситуации, таким образом набирая личный опыт, применимый для работы в дальнейшем. Данный метод прошел период апробации в рамках подготовки молодых специалистов национальной сборной WorldSkills к международным чемпионатам. Результатами использования данной методики стали призовые места на международной арене.

Успех и эффективность данного метода заключается в использовании полученных знаний при решении других схожих ситуаций, а также тот набор «инструментов», который получает специалист при анализе готовых кейсов, позволяет ему выборочно применять те или иные навыки в совершенно других, порой непохожих ситуациях. Например, зная о том, как именно необходимо проявить себя и успокоить возмущенного гостя, будущий сотрудник сможет применять эту тактику при возникновении любых недопониманий со стороны гостей, в том числе при решении конфликтных ситуаций.

Важно отметить, что преподаватель также должен иметь опыт работы в гостиничной индустрии, чтобы давать максимально практикоориентированные знания. Без данного фактора маловероятным представляется эффективный процесс обучения, поскольку иначе цикличность получения только теоретических знаний от эксперта-теоретика не будет разбавлена важным и нужным практическим опытом [4, с. 64].

Таким образом, можно сделать вывод, что использование методики обучения по стандартам WorldSkills приведет к большей адаптации обучающихся к актуальным требованиям рынка труда. У будущих специалистов сферы гостеприимства появится больше возможностей проявить себя и нарабатывать тот багаж знаний и навыков, которые являются необходимыми для качественной работы в гостинице. Это также позволит повысить качество сервиса в индустрии гостеприимства, что благотворно повлияет и на экономические показатели отрасли.

### Список литературы

1. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии: учебное пособие для вузов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2020. – 412 с.
2. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учебное пособие / Барчуков И.С., Баумгартен Л.В., Башин Ю.Б., Зайцев А.В. – М.: КноРус, 2019. – 165 с.
3. Винтайкина, Е.В. Применение программы «Тайный гость» с целью контроля деятельности отелей [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-programmy-taynuu-gost-s-tselyu-kontrolya-deyatelnosti-oteley> (дата обращения: 27.10.22).
4. Управление качеством гостиничного предприятия: учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин; под ред. С. С. Скобкина. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2020. – 518 с.

Igor Alekseevich Guryanov, Sogdiana Reshatovna Rustamova,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### WORLDSKILLS AS A RESOURCE FOR THE DEVELOPMENT OF COMPETENCIES IN THE FIELD OF HOSPITALITY

**Abstract.** The article reveals the actual ways of developing a practice-oriented approach in the process of training personnel for the hospitality industry in the "college-university" system. The methods of the practice-oriented education process, as well as innovative approaches used in teach-

ing, are substantiated. The importance of the introduction of the "case study" technique for organizing the process of training future specialists for the hotel industry is noted.

**Keywords:** practice-oriented approach, training technology, standards of operational procedures, hospitality

УДК 81.1

Елена Максимовна Кандаева,  
студент,  
Елена Константиновна Кузьмина,  
кандидат филологических наук, доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЭРГОНИМОВ ГОРОДА КАЗАНИ НА ПРИМЕРЕ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются особенности перевода эргонимов города Казани. Статья представляет собой актуальное исследование, которое может быть применено в сфере туристических услуг и гостеприимства.

**Ключевые слова:** гостеприимство, туризм, Казань, эргонимы

Вследствие положительных инфраструктурных изменений, Казань стала не только одним из культурных центров России, но и местом для торговли с иностранными компаниями. В связи с этим возникла необходимость подстроить город под удобства иностранных посетителей, а точнее предоставить больше информации об ее инфраструктуре на английском языке. Исследование является актуальным, так как с ростом нефтяных предприятий на территории Казани готовых на сотрудничество с компаниями из разных стран мира, растет и спрос на качественный и адекватный перевод.

Для начала выясним определение эргонима. Эргоним – один из видов имен собственных [2]. Основным назначением эргонимов является обозначение названий различных объектов, предприятий и организаций. Так, для переводчика составляет трудность перевода эргонимов, потому что отсутствует возможность найти полный и своевременно пополняющийся эквивалентным переводом эргонимов справочник. Эргоним – социокультурное явление, для которого характерно изменение своих норм, что является затруднительным при переводе, так как не удается передать весь его смысл.

Принято использовать следующие методы перевода эргонимов:

1. Калькирование используется в основном при переводе названий медицинских, социальных, образовательных организаций. Например: *Детская республиканская клиническая больница* – *Children's Republican Clinical Hospital*.

2. Транскрипция (транслитерация) [1] используется для выражения экспрессивно-образного характера в названии предприятия. Например: *Казанский завод «Льнокомбинат»* – *Kazan L'nokombinat Factory*.

За основу исследования мы решили взять названия нефтяных компаний на территории Казани и их принятые переводы на английский язык. Мы проанализировали названия нефтедобывающих компаний такие как *Султан-НК*, *АльянсНефтеГаз*, *Татнефть*, *Газсервисплюс*, *Раиф*, *Трубпром*, *Астропродукт*, *Нефтьполимерпродукт*, *Казаньоргсинтез* были переведены при помощи транскрипции, поэтому на английском языке они звучат следующим образом: *Sultan-NK*, *AliansNefteGaz*, *Tatneft*, *Gazservisplus*, *Raif*, *Trubprom*, *Astroproduct*, *Neftpolymerproduct*, *Kazanorgsintez*. Другие названия компаний *Криос*, *Магнат-трейд*, *Томхейм*, *НПФ Нефтепроцессинг*, *Асис Инвест*, *Логрос-ойл*, *Victaulic Russia*, *Техно*, *Дельта Ойл Проект* были переведены методом калькирования: *Krios*, *Magnat-trade*, *Totheim*, *NPF Oil Processing*, *Asis Invest*, *Logros-oil*, *Victaulic Russia*, *Techno*, *Delta Oil Project*.

Мы провели исследование перевода названий нефтяных компаний города Казань на английский язык. Мы узнали, что самыми распространенными способами передачи данных эргонимов является калька и транскрипция (транслитерация) [3]. При особо внимательном подходе к изучению особенностей эргонимов выполнить их качественный перевод не является невыполнимой задачей. Поэтому для перевода имен собственных, кроме знания языка, еще стоит знать историю, повлиявшую на выбор имени, и ее связь с культурой общества.

### Список литературы

1. Крюкова И. В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности. – Волгоград: Перемена, 2004. – 44 с.
2. Пономаренко И. Н. Новые единицы городского ономастикона // Материалы VI Международного конгресса исследователей русского языка «Русский язык: исторические судьбы и современность» (20–23 марта 2019 г.). – М., 2019.
3. Шарифуллин Б. Я. О лингвистическом эксперименте в изучении языка города // Речевое общение: специализированный вестник. – Вып. 3(11). – Красноярск, 2000. – С. 88–95. – URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/sharifullin-00b.htm> (дата обращения: 15.05.2019).

Elena Maksimovna Kandaeva,  
Student,  
Elena Konstantinovna Kuzmina,  
PhD in Philology, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### FEATURES OF THE TRANSLATION OF ERGONYMS OF THE CITY OF KAZAN ON THE EXAMPLE OF OIL COMPANIES

**Abstract.** This article discusses the features of the translation of ergonyms of the city of Kazan. The article is an up-to-date study that can be applied in the field of tourism services and hospitality.

**Keywords:** hospitality, tourism, Kazan, ergonyms

УДК 37.012.8

Юлия Николаевна Куракина,  
к. п. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### РОЛЬ ПЕДАГОГА В ВЫСТРАИВАНИИ КАРЬЕРНОЙ ТРАЕКТОРИИ СТУДЕНТА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

**Аннотация.** Сегодня количество занятых в индустрии гостеприимства не соответствует потребностям отрасли: наблюдается острый кадровый голод. В данной статье рассмотрены причины дефицита кадров в вышеназванной отрасли. Установлено, что значительную роль в выстраивании карьерной траектории студента в индустрии гостеприимства играет педагог. Проанализирована специфика контекстного подхода к учебной деятельности. Даны предложения по активизации наставнической функции преподавателей для популяризации отрасли гостеприимства.

**Ключевые слова:** педагог, наставник, карьерная траектория, контекстный подход, индустрия гостеприимства

Согласно национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства» количество занятых в отрасли к 2030 году должно достичь 4,7 млн человек [1]. Однако на сегодняшний день работодатели отмечают нехватку персонала в 50 % [2].

Дефицит специалистов подтверждается и данными сервиса социальной сети «ВКонтакте» VK Работа. Так, в 2021 году увеличился спрос на специалистов сферы общепита и туризма (число вакансий выросло на 7 % и 18 % соответственно, по сравнению с 2020 годом). Кроме того, несмотря на пандемию COVID-19 и логичное уменьшение количества откликов на вакансии, связанные со сферой туризма, средняя заработная плата специалистов в этой сфере увеличилась на 42 % и составляет около 40 тысяч рублей.

Опрос работодателей проводился в августе – сентябре 2021 года. В нем приняли участие порядка 140 работодателей из сфер торговли, промышленности, строительства, ЖКХ, туризма, транспорта и прочих с численностью сотрудников больше 2 тысяч человек [3].

Так в чем же причина кадрового голода в данной сфере? Почему он наблюдается, несмотря на то, что вузы страны ежегодно выпускают сотни тысяч специалистов? Причин несколько, и основными являются несоответствие зарплатных ожиданий с реальной заработной платой, средней по отрасли, отсутствие опыта, необходимого работодателю, «нестабильность» сферы в условиях нестабильной обстановки в мире и другие [4]. «В той же Москве минимальная зарплата, на которую готов сегодня пойти начинающий сотрудник, – 50 тысяч рублей. Но далеко не каждое агентство готово на первых порах платить такие деньги, особенно с учетом того, что на его «раскачку» до уровня специалиста, которого можно оставить один на один с клиентом, требуется года три», – утверждает К. А. Яковлева, генеральный директор ООО «Бизнес Трэвел Джоб» [5].

Мы бы хотели обратить внимание и на то, что еще в процессе обучения многие студенты разочаровываются в выбранной ими профессии «благодаря» недостаточно популяризирующей трэвел-индустрию деятельности преподавателей вузов.

Следуя принципу профессиональной направленности учебно-познавательной деятельности студентов, предполагается ведение педагогом работы по формированию положительного образа специалиста в той профессиональной области, которую выбрал для себя студент. При этом преподаватель высшей школы должен стремиться самыми различными способами придать процессу обучения профессиональную направленность, позволив развить способности студента в той или иной специальности.

Если говорить о применении данного принципа на практике, то студент четко должен понимать, каким образом применять полученные в вузе знания для актуализации важных для него профессиональных мотивов, как расставлять приоритеты при поиске работы по специальности, на что в первую очередь обращать внимание при выборе работодателя, а возможно, и при открытии своего собственного дела. Студент должен четко уяснить, что, делая первые шаги по карьерной лестнице, не стоит сразу ожидать больших материальных достижений.

По А. А. Вербицкому, один из путей решения проблемы профессиональной направленности находится в контекстном подходе к учебной деятельности. То есть в обучении, в котором моделируется предметное и социальное содержание будущей профессиональной деятельности студента на основе усвоенных абстрактных знаний, сочетающихся с профессиональной деятельностью. Учение в таком случае является той формой личностной активности, которая обеспечивает развитие необходимых предметно-профессиональных и социальных качеств личности. При этом профессиональная мотивация и профессиональная направленность могут и не сформироваться, если в учебном процессе недостаточно тех или иных элементов будущей профессиональной деятельности. А это пусть и сложная, но в том числе одна из основных задач педагога [6].

Современные студенты ожидают увидеть в педагоге высшей школы наставника, который на собственном примере показывает, как проявить себя и найти свое место в той или иной сфере, и может ответить на все волнующие вопросы, касающиеся практического применения теоретических знаний [7].

В маркетинге используется устойчивое сочетание «адвокат бренда», обозначающее, в том числе сотрудников той или иной компании, готовых на безвозмездной основе рассказывать о ней окружающему миру, рекламируя, популяризируя организацию посредством сарафанного радио.

На наш взгляд, каждому педагогу, выступая в роли такого «адвоката» туристической отрасли, под силу, помимо основного материала лекции, вести со студентами беседы о перспективах развития трэвел-индустрии, о карьерных возможностях, которые она предоставляет, информировать о профессиональных конкурсах и грантах, оказывать поддержку в подготовке к подобным проектам, другими словами, различными способами внушать доверие к выбранной профессии. Тем более текущая ситуация отображает не только острейший кадровый голод, но и при этом показывает невероятные перспективы, открывающиеся перед внутренним туризмом, чему поспособствовали и введенный в 2020 году туристический кешбэк, и госпрограмма развития туризма, стартовавшая в 2021 году, и общая тенденция всех сфер бизнеса к импортозамещению. Так, на форуме «Сильные идеи для нового времени» поступило более трех тысяч идей по направлению «Развитие регионов», посвященных внутреннему туризму. «Это второе место по количеству проектов, что говорит о стремлении граждан к позитивным изменениям и готовности принять участие в развитии своих городов и регионов», – прокомментировал директор дивизиона «Развитие регионов и инвестиции» А. А. Смекалин [8].

В связи с этим предлагается в рамках педагогических совещаний кафедр и факультетов разъяснять преподавателям и их наставническую функцию, проводить обучающие мастер-классы, курсы повышения педагогического мастерства, делая акцент на том, что педагог не просто дает студенту теоретические знания, а готовит его к профессиональной деятельности, к тому, что на рынке труда он после получения диплома будет конкурентоспособным специалистом.

К чему приведет смещение фокуса внимания педагога высшей школы, ведущего подготовку кадров для индустрии туризма, на активную популяризацию данной сферы?

Во-первых, студент будет морально подготовлен к тому, что, несмотря на кажущиеся сложности, которые испытывает трэвел-отрасль, в его руках – инструменты для того, чтобы воспользоваться открывающимися перспективами карьерного развития, основанными в том числе и на знаниях, полученных в процессе обучения в вузе.

Во-вторых, студент будет понимать, что, несмотря на кадровый голод в отрасли, для того чтобы быть конкурентоспособным, достойно оплачиваемым специалистом на рынке труда, нужно обладать определенными знаниями и навыками, а для этого, помимо основного учебного процесса, необходимо изыскивать возможности получения практической подготовки к будущей профессии.

В-третьих, самому преподавателю будет нагляднее представить результат своей работы, а именно ведения образовательного процесса по туристическому профилю – когда процент трудоустроенных по специальности выпускников вуза начнет с каждым годом расти.

### Список литературы

1. Туризм и индустрия гостеприимства (паспорт) // Сетевое издание «Майский указ», 01.03.2022. URL: <https://майскийуказ.пф/news/turizm-i-industriya-gostepriimstva-pasport/> (дата обращения: 03.11.2022).
2. Гайва Е., Игнатова О. В России нехватка кадров в отелях и ресторанах достигла 50 %: RG.RU, 30.09.2021. – URL: <https://rg.ru/2021/09/30/v-rossii-nehvatka-kadrov-v-oteliyah-i-restoranh-dostigla-50.html> (дата обращения: 03.11.2022).
3. 80 % работодателей выступают за упрощение процедуры найма мигрантов: New Retail, 13.09.2021. – URL: [https://new-retail.ru/novosti/retail/80\\_rabotodateley\\_vystupayut\\_za\\_uproshchenie\\_protседury\\_nauma\\_migrantov1821/](https://new-retail.ru/novosti/retail/80_rabotodateley_vystupayut_za_uproshchenie_protседury_nauma_migrantov1821/) (дата обращения: 03.11.2022).

4. Буртаков Е. Есть ли жизнь после «туризма»: The Vyshka, 11.06.2020. URL: <https://theyyshka.ru/28302-life-after-tourism/> (дата обращения: 03.11.2022).
5. Яковлева К.А. Кадровый голод в трэвел-отрасли – на несколько ближайших лет: ВВТ, 20.09.2022. – URL: <https://buyingbusinessstravel.com.ru/reviews/kadrovyy-golod-v-trevel-otrasli-na-neskolko-blizhayshikh-let/> (дата обращения: 03.11.2022).
6. Вербицкий А.А. Новые грани вечной проблемы об образовании в контексте и вне его [Текст] // Высшее образование сегодня. – М.: Логос, 2017. – С. 6–13.
7. Трифонова Т.М. Роль наставничества в период педагогической практики студентов [Текст] // Образование и педагогика: современные тренды. – Чебоксары: ООО «Издательский дом «Среда», 2020. – С. 99–113.
8. Импортозамещение и внутренний туризм: на форуме АСИ и Фонда Росконгресс презентовали идеи по развитию регионов: Росконгресс, 20.07.2022. URL: <https://roscongress.org/news/importozameschenie-i-vnutrennij-turizm-na-forume-asi-i-fonda-roskongress-prezentovali-idei-po-razvit/> (дата обращения: 03.11.2022).

Yulia Nikolaevna Kurakina,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

## THE LECTURER'S ROLE IN THE BUILDING OF A STUDENT CAREER TRAJECTORY IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

**Abstract.** Today, the number of people employed in the hospitality industry does not meet the needs of the industry: there is an acute shortage of personnel. This article discusses the reasons for the shortage of personnel in the above-mentioned industry. It is established that a teacher has a significant role in building a student's career trajectory in the hospitality industry. The specificity of the contextual approach to educational activity is analyzed. Proposals are given to activate the mentoring function of teachers to popularize the hospitality industry.

**Keywords:** teacher, mentor, career trajectory, contextual approach, hospitality industry

УДК 39 (4/9)

Сергей Юрьевич Рычков,  
к. и. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия,  
Надежда Васильевна Рычкова,  
к. и. н., доцент,  
Казанский национальный исследовательский технологический университет,  
Казань, Россия

## ВОЗМОЖНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ МАРКЕТИНГА СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ: ПРИМЕР СЕЛА СПАССКОЕ БУГУЛЬМИНСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

**Аннотация.** В публикации рассматривается туристический потенциал сельских поселений на примере села Спасское Бугульминского муниципального района Республики Татарстан. Методы исследования – включенное наблюдение, опрос в форме глубинного экспертного интервью, традиционный анализ документов. Дана краткая характеристика туристических объектов села. Сформулированы рекомендации органам государственной и муниципальной власти по использованию и дальнейшему развитию туристического потенциала не только села Спасское, но и региона в целом. Предложения авторов нацелены как на формирование инфраструктуры гостеприимства, так и улучшение системы управления данной сферой муниципального управления.

**Ключевые слова:** сельское поселение; туристический потенциал; село Спасское; Бугульминский муниципальный район

Объектом нашего исследования стал туристический потенциал сельских поселений. Предметом – возможности развития туристического потенциала села Спасское Бугульминского муниципального района (далее – БМР) Республики Татарстан.

Методы исследования – включенное наблюдение, опрос в форме глубинного экспертного интервью, традиционный анализ документов. Цель исследования – формулирование рекомендаций органам публичной власти по развитию туристического потенциала с. Спасское и других сельских поселений юго-востока Татарстана.

Задачи: дать краткий обзор объектов, составляющих туристический потенциал; разработать предложения органам государственной и муниципальной власти по его реализации.

Источники информации – результаты интервьюирования экспертов – сотрудников СДК села Спасское, материалы, размещенные на официальном сайте района. Авторы публикации дважды – в 2019 и 2022 гг. – посещали село в рамках экспедиционных выездов по гранту РФФИ и своими глазами видели перечисленные ниже объекты материального наследия.

Село Спасское – административный центр Спасского сельского поселения (далее – СП). Основано в 1743 году знаменитым российским географом, историком, краеведом, чиновником, промышленником, членом-корреспондентом Петербургской академии наук Петром Ивановичем Рычковым (1712–1777). С его именем связано развитие сельского хозяйства и промышленности Бугульминского края во второй половине XVIII в., им собран большой массив сведения по истории и географии Южного Урала, Среднего и Нижнего Поволжья, Казахстана. Потомки Петра Ивановича владели помещьем в с. Спасское до конца XIX в.

На 1 января 2022 г. численность населения СП составила 647 чел., в том числе 439 русских, 163 татар, 10 чувашей, 6 мордвы, 29 других этносов. Трудоспособное население составляет 50,23 %, пенсионеры – 34,8 %. Дети дошкольного возраста, учащиеся школ, студенты составляют 15 % населения [1]. Глава СП – А.С. Мухалев 1990 г. р., окончил КНИТУ-КАИ в 2013 г., имеет квалификацию «менеджер».

Из объектов, представляющих интерес для туристов, в первую очередь выделим церковь из красного кирпича, построенную П.И. Рычковым в 1747–1765 гг. (храм Вознесения Господня). Находится в полуразрушенном состоянии, с 2013 г. ведутся реставрационно-восстановительные работы. Церковь освящена, проводятся службы. Здесь находится семейный склеп, где захоронен и П.И. Рычков. Является объектом культуры республиканского значения. В январе 2022 г. переведена на баланс исполкома Спасского СП. Рядом с храмом сооружен памятный знак в честь П.И. Рычкова.

В здании детского сада и начальной школы, имеется музейная комната П.И. Рычкова, которую создала и поддерживает в очень достойном состоянии учитель Р.М. Низамова.

Следующим по значимости туристическим объектом является родник «Спасские ключи» – памятник природы республиканского значения. Выполнен в стиле римского акведука, подход к месту забора родниковой воды благоустроен и облагорожен. Недавно по программе самообложения, подразумевающей частичный сбор средств самими гражданами, проживающими в СП, было проведено благоустройство родника и прилегающей к нему территории. На полученные средства был отремонтирован фасад родника, благоустроен мост и установлены малые архитектурные формы: мельница, телега, мостик. Изготовлена табличка с названием родника. В жаркие летние дни территория родника дарит путешественникам столь драгоценную прохладу и отдохновение, не говоря уже о высоких экологических качествах самой воды. В селе также имеется действующая мечеть (новодел).

Отдельного внимания заслуживает описание Спасского сельского дома культуры. Здание построено в 1966 году, одноэтажное кирпичное. В 2022 году закончен капитальный ремонт. Площадь помещения 373,1 кв. метров. Количество мест в актовом зале – 150. Отопление индивидуальное (газовый котел). Штатных работников – 4 человека. Директор СДК – А.М. Катермина. В Спасском СДК функционирует сельская библиотека, в которой книж-

ный фонд составляет более 10000 книг различной тематики. Действует фольклорный ансамбль «Калинушка» [2].

На официальном сайте БМР есть страничка Спасского СП. Кроме классической для данного ресурса информации (паспорт села, документы органов местного самоуправления и др.), есть файлы текстовые и фотографии о проведенных в 2022 г. праздниках – Масленице и Медовом Спасе.

Таким образом, село Спасское обладает, на наш взгляд, ресурсом для организации заезда как организованных групп туристов, так и для привлечения транзитных путешественников, направляющихся прежде всего из Сибири и северо-восточных территорий Европейской России на черноморские курорты и обратно. Еще более привлекательными с этой точки зрения являются автопутешественники из Татарстана и близлежащих регионов России. Состояние сети федеральных, региональных и местных автодорог позволяют уверенно говорить об этом.

Однако существует и множество нерешенных проблем, ожидающих своего решения, прежде всего это касается действий органов публичной власти. Требуются усилия органов государственной и муниципальной власти, общественных организаций по сохранению «культурного гнезда» в с. Спасское Бугульминского МР. В условиях значительного, можно сказать, взрывного роста внутреннего туризма в России необходимо максимально диверсифицировать предложение на данном рынке.

Государственному комитету Республики Татарстан по туризму предлагается обратить внимание на формирование туристических маршрутов в Закамском регионе в целом, на юго-востоке республики в частности. Кроме села Спасское, включения в такие маршруты, по нашему мнению, достойны села Наратлы, Кудашево БМР, Верх. Акташ, Кикучатово соседнего Альметьевского района. Каждое из них обладает достаточным уровнем историко-культурной и природной привлекательности, а вместе будут достойно представлять многонациональный Татарстан, отражая самобытные сельские культуры татар, русских, мордвы, чувашей, кряшен.

При этом необходима совместная комплексная деятельность органов государственной власти и местного самоуправления. Исполкому БМР рекомендуем оказывать всяческую (финансовую, организационную, информационную, кадровую) органам местного самоуправления сельских поселений, особенно в условиях грядущего реформирования нижнего уровня муниципальных образований.

Следует, в частности, усилить уровень представленности на официальном сайте района сведений о наличии и состоянии памятников истории и культуры, расположенных в сельской местности, информации о проводимых народных и других праздниках, концертах, фестивалях и пр. Создание страницы «Туристическая информация» (наименование рабочее) внутри вкладки «о районе» официального сайта БМР позволило бы сконцентрировать внимание целевого потребителя туристических услуг на возможности сельских поселений района.

Предлагаем осуществить небольшие организационные преобразования в штатном расписании Исполкома района: разделить сектор спорта и туризма, где на сегодня имеются две штатные единицы, на два – спорта и туризма, с введением двух дополнительных ставок, либо ввести в имеющийся сектор дополнительную должность ведущего специалиста по туризму с приданием соответствующего функционала. Это позволит, что называется, придать новый импульс работе исполнительно-распорядительного органа местного самоуправления именно в туристической сфере, позволит нарастить турпоток в район за счет привлечения новых целевых групп туристов, удержания на несколько дней транзитных путешественников.

Заслуживает всяческого восхищения и поощрения инициатива специалистов Исполкома БМР, создавших вкладку «Карта сокровищ Бугульминского района» на официальном сайте БМР [3]. Она содержит подробное описание двух велосипедных маршрутов – северного протяженностью 90 км и южного – 60 км. Здесь же представлена достаточно подробная навигация по сельским поселениям района, охватываемым маршрутами, с перечислением имеющихся природно-географических и историко-культурных памятников.



Однако решающее значение в создании привлекательного образа сельских поселений юго-востока Татарстана будет играть создание достойной инфраструктуры гостеприимства. В упомянутых селах сегодня нет ни одного объекта гостиничного бизнеса, общепита, способного обеспечить потенциального, весьма взыскательного, среднестатистического туриста, даже минимальным спектром необходимых услуг.

Явно в недостатке сувенирная продукция – магниты, кружки, ручки, поделки, гончарные изделия. При этом поселения, их жители обладают серьезным потенциалом по удовлетворению культурных потребностей гостей. Так, в ходе нашего последнего посещения СДК с. Спасское в июле 2022 г. мы обратили внимание на развернутую в холле здания выставку произведений местной художницы, выполненных в стиле импрессионизма, в жанре пейзажа. В ходе последовавших телефонных переговоров нам удалось по весьма сходной цене приобрести две из них. В качестве сувениров можно предлагать туристам травяные сборы, бутилированную родниковую воду, поделки школьников и других категории жителей на краеведческую тематику и многое другое. Инициативы местным жителям не занимать, необходимы усилия районных властей по систематизации возможностей, финансированию инвестиционно емких проектов.

Туристический ресурс сельских поселений сегодня многогранен, востребован и одновременно слабо используется. Уверены, что при всех коллизиях сложного периода нашей истории многие населенные пункты найдут свое достойное место на туристической карте нашей Родины.

### Список литературы

1. Спасское сельское поселение // Бугульминский муниципальный район. URL: <https://bugulma.tatarstan.ru/o-selskom-poselenii.htm> (дата обращения: 02.11.2022).
2. Паспорт сельского поселения // Бугульминский муниципальный район. URL: <https://bugulma.tatarstan.ru/spasskoye.htm> (дата обращения: 02.11.2022).
3. Карта сокровищ Бугульминского района // Бугульминский муниципальный район. URL: <https://bugulma.tatarstan.ru/karta-sokrovishch-bugulminskogo-munitsipalnogo.htm> (дата обращения: 02.11.2022).

Sergey Yuryevich Rychkov,  
PhD, Assistant Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia,  
Nadezhda Vasilievna Rychkova,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan National Research Technological University,  
Kazan, Russia

### OPPORTUNITIES OF LOCAL SELF-GOVERNMENT BODIES IN THE SPHERE RURAL SETTLEMENTS MARKETING: EXAMPLE OF THE VILLAGE OF SPASSKOYE IN BUGULMINSKY MUNICIPAL DISTRICT OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

**Abstract.** The publication examines the tourism potential of rural settlements on the example of the village of Spasskoye Bugulminsky municipal district of the Republic of Tatarstan. Research methods – included observation, survey in the form of in-depth expert interview, traditional analysis of documents. A brief description of the tourist sites of the village is given. Recommendations to state and municipal authorities on the use and further development of the tourist potential not only of the village of Spasskoye, but also of the region as a whole, are formulated. The authors' proposals are aimed at both the formation of the hospitality infrastructure and the improvement of the management system of this area of municipal administration.

**Keywords:** rural settlement; tourist potential; village of Spasskoye; Bugulminsky municipal district

Сергей Юрьевич Рычков,  
к. и. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия,  
Татьяна Васильевна Сушкова,  
к. э. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Набережночелнинский филиал,  
Набережные Челны, Россия

### ТРАНСФОРМАЦИЯ МАРКЕТИНГА СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН В СОВРЕМЕННЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ РЕАЛИЯХ: КЕЙС «ИНДИЯ»

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются возможности и особенности въездного туризма из Индии в Республику Татарстан. Обозначен профиль и особенности индийского туриста, а также источники информирования потенциальных потребителей туристических услуг Республики Татарстан. Кроме того, в статье представлены возможности и трудности при организации туристических услуг для выделенного сегмента. Обозначен комплекс маркетинга для туристов из Индии: зимние туристические маршруты, объекты культурно-исторического наследия, предложение для таких туристов традиционной для них вегетарианской кухни со специями; ценовая стратегия должна ориентироваться на потребителя со средним уровнем дохода; маркетинговые коммуникации должны осуществляться при помощи информационной поддержки Русского Информационного Центра в Индии. Был проведен традиционный анализ научных и иных публикаций в специальной литературе.

**Ключевые слова:** гостеприимство, туризм, туристический рынок Республики Татарстан, туристические маршруты, маркетинг туристических услуг, индийский турист, комплекс маркетинга

Кардинальные изменения, происходящие у нас на глазах, связанные в первую очередь с усиливающимся противостоянием России со странами коллективного Запада, обязывают предприятия сферы гостеприимства в Республике Татарстан к трансформации своих маркетинговых стратегий. Введенные странами коллективного Запада антироссийские санкции очень серьезно затронули сферу туризма. Отмена выдачи виз россиянам и другие визовые ограничения, запрет использования банковских карт, прекращение авиаполетов в Россию, развернутая русофобская истерия вкупе с возросшими внутриэкономическими трудностями не прошли даром. Очень серьезно сократились международные турпотоки, произошла переориентация отечественных путешественников на ряд азиатских географических направлений.

Будет ли эта трансформация носить кардинально-революционный характер, или будет продолжена цепь изменений, начавшихся во времена антиковидного карантина, зависит от множества причин и факторов. Несомненно, главным трендом современного рынка сферы гостеприимства Татарстана является решительное увеличение доли внутреннего туризма. Однако в рамках данной публикации авторы остановят свое внимание на одном из сегментов международного въездного туризма – из Индии.

Целью публикации является определение некоторых аспектов маркетинговой стратегии Республики Татарстан на индийском сегменте рынка туристических услуг. Задачи: выявление перспектив работы субъектов турбизнеса на индийском направлении въездного и выездного туризма; разработка предложений по некоторым элементам комплекса маркетинга для повышения привлекательности Республики Татарстан и ее столицы г. Казань для индийских путешественников. Источники информации – научные и иные публикации в СМИ, документы органов власти по теме статьи. Метод сбора информации – традиционный анализ документов.

По данным ООН, население Индии сегодня составляет 1,39 млрд чел и лишь немного уступает населению Китая [2]. При этом экспертное сообщество не сомневается, что Индия в ближайшее время опередит Китай по численности населения. Важным преимуществом социальной структуры индийского общества является высокая доля среднего класса, что определяется значительными успехами экономического развития страны за последние десятилетия.

Индийский турист имеет свои характерные особенности, которые необходимо учитывать принимающей стороне. Индийцы религиозны, что объясняет их приверженность к вегетарианской пище. Они привыкли получать в зарубежных отелях питьевую воду бесплатно. Индийские туристы предпочитают приветливое к ним отношение, персоналу организаций индустрии гостеприимства желателно почаще улыбаться [3]. Среди предпочтений индийских туристов – зимние пейзажи, в первую очередь снег и лед [4], и это в изобилии может предоставить им природа Татарстана в период с ноября по март. В этом отношении наиболее привлекательными выглядят туристические маршруты из Казани в Свияжск, Елабугу, Болгар, Раифу, да и в столице Татарстана снежно-ледовых достопримечательностей в зимний период вполне достаточно.

Среди рисков – в первую очередь волатильность геополитической ситуации в связи с тектоническими сдвигами на мировой арене. Не добавляет стабильности при формировании устойчивых стратегических маркетинговых планов взаимодействия с индийским рынком и непредсказуемость обстановки с коронавирусом.

Главным опорным субъектом и источником информации при организации работы на индийском туристическом направлении и определении маркетинговой стратегии может стать Русский Информационный Центр в Индии (РИЦ). Он был создан в 2013 году для осуществления взаимного культурного обмена и реализации совместных туристических проектов между двумя странами. Среди заявленных задач – информационная поддержка россиян, путешествующих по Индии, и адаптация российских субъектов туристического рынка к приему индийских туристов. Весьма привлекательным маркетинговым проектом РИЦ стала запущенная в 2016 г. программа India Friendly. Это программа добровольной аттестации субъектов российской индустрии гостеприимства на способность качественно принимать индийских туристов [5].

Важным инструментом обеспечения научного и культурного фона взаимодействия туристских организаций Татарстана и Индии может стать Центр изучения Индии в Казанском (Приволжском) Федеральном Университете, созданный в 2016 году. Центр поддерживает тесные связи с высшими учебными заведениями Индии, России, общественными организациями сферы индийско-российских отношений, ведет важную культурно-просветительскую, образовательную и научную работу [6].

Чем сегодняшняя Татарстан, и прежде всего Казань, способны заинтересовать индийского туриста? Не будем перечислять все хорошо известные читателю объекты культурно-исторического наследия, три из которых входят в перечень памятников ЮНЕСКО. Сосредоточимся на туристской инфраструктуре, с ее возможностями и проблемами.

В столице республики действуют 228 объектов размещения на 8,1 тыс. номеров, всех уровней комфортности, 66 из которых хостелы [7]. Казань связана железнодорожным сообщением с Москвой (11–14 часов дороги), Санкт-Петербургом (22,5 часа), Нижним Новгородом (9 часов). Путь из Москвы на комфортабельном автобусе сейчас занимает 14–17 часов. Ввод в действие скоростной магистрали М12 к 2025 году уменьшит это время до 7 часов.

Регулярное авиасообщение Татарстана с Индией отсутствует, полетное время из трех аэропортов Москвы составляет примерно полтора часа. По взаимной договоренности между Правительствами двух стран, с октября-декабря 2022 г. после антиковидных ограничений возобновляется регулярное авиасообщение между странами. Его будут поддерживать авиакомпании обоих государств. В Москву и Санкт-Петербург будут летать 14 рейсов в неделю, и это единственный потенциально привлекательный транспортный коридор из Индии в Россию на ближайшие годы [8]. Таким образом, относительно невы-

сокая транспортная доступность Татарстана для путешественников из Индии является главным барьером, который можно преодолевать только увеличением привлекательности других элементов туристического продукта, а также диверсификацией авиамаршрутов в условиях победы над коронавирусом. Добавим к этим необходимым мерам и возможность получения электронной въездной визы в Россию. Правда, необходимо учитывать, что значительное число индийцев не имеют фамилии в паспорте, а без нее документ становится недействительным. Создание в ближайшие 10–15 лет безопасных автотранспортных и железнодорожных коридоров из России в Индию через Кавказ, Среднюю Азию и Афганистан в современных геополитических реалиях нам представляется утопией.

Поэтому открытие прямого авиасообщения между Казанью и Нью-Дели позволит в корне решить проблему транспортного туристического сообщения. В этом смысле характерен пример Азербайджана. Когда в 2019 году стал дважды в неделю летать рейс Баку-Дели, турпоток из Индии за год сразу вырос более чем в полтора раза до 65 тыс. человек. Эта цифра сравнима с числом индийских туристов, посетивших в том году Россию. Число же россиян, посетивших в том же году Индию с туристическими целями, оценивается в 200 тыс. чел., причем в последние предковонавирусные годы отмечалась тенденция к снижению их числа [9].

Повторимся, что эксперты по индийскому туристическому направлению среди факторов привлекательности рынка для индийского туриста первым называют традиционную для него кухню, с акцентом на вегетарианство и специи. Индийскому туристу есть куда пойти пообедать в Казани. Не будем говорить о многочисленных точках общепита города, представляющих возможность вкушать блюда татарской, русской, украинской, японской, китайской, вьетнамской, среднеазиатской и других кухонь. Для путешественников, склонных к консерватизму в пищевых предпочтениях, в уютном тихом уголке центральной части города имеется ресторан индийской кухни «Малабар». Его продуктивное предложение построено на сочетании блюд индийской, татарской, русской, европейской, центрально- и восточноазиатской кухни. Следует подчеркнуть, что ставшие традиционными для россиян плов, самса, шурпа, свойственные центрально-азиатской кухне, готовятся здесь с индийской спецификой. Есть и вегетарианское меню, серьезный выбор алкогольных напитков. Руководит процессом приготовления пищи шеф-повар из Индии Вирендра Сингх.

Из блюд индийской кухни можно отметить горячую закуску Дал Масала, суп Мачли Шорба, второе блюдо Вирендра, фирменное рыбное блюдо «Малабар» из филе палтуса, десерт Бадама – миндальные полоски, чай масала. Отдельно представлено детское меню. Перечень далеко не полный, в общей сложности мы насчитали в 23 позиций меню около 200 неповторяющихся позиций, с явным преобладанием блюд индийской кухни во всех категориях, кроме салатов. Важно подчеркнуть, что интерьер ресторана – панно, шторы, люстры, декор, мебель – оформлен в индийском стиле, с использованием изображений Будды, слонов, индоостанской флоры и других аутентичных деталей.

Ресторан «Малабар» имеет позитивные отзывы в электронной прессе [10], его наличие в городе необходимо использовать при продвижении Татарстана на индийском рынке туристических услуг.

Внутри одной из архитектурных достопримечательностей Казани – Храме всех религий – имеется зал Будды, что также будет одной из точек притяжения для индийского туриста, одновременно с привлекательностью этой жемчужины духовности в целом.

Среди имеющихся и приспособленных под потенциального индийского туриста элементов туристической инфраструктуры Татарстана также отметим англоязычную навигацию как в цифровом виртуальном, так и в реальном пространстве. Да и в целом туристический Татарстан в достаточной мере англоязычен. На этом языке говорят многочисленные гиды-экскурсоводы; все основные туристические интернет-ресурсы имеют английскую версию; персонал сферы гостеприимства владеет английским языком лучше, чем каким-либо другим.

Понятно, что при наличии серьезных проблем организации въездного туризма из Индии в Россию в целом и Республику Татарстан в частности серьезную, если не решающую, роль играет позиция государства. Посмотрим, есть ли в стратегических документах госструктур, управляющих туристической отраслью, упоминание об индийском направлении? В республиканской Стратегии развития туризма до 2021 г. и плановый период до 2030 года, принятой государственным комитетом Республики

Татарстан по туризму в июле 2017 г. [11], нет ни намека не только на Индию, но и на какой-либо страновой сегмент въездного туризма. На взгляд авторов, при неизбежном внесении изменений в данный документ следует обозначить конкретные страны (Индия в их числе), с которыми следует вести серьезную маркетинговую работу.

Вкратце затронем и тему выездного туризма россиян в Индию. Следуя классификации А.А. Костяняна, из всех видов туризма с медицинскими целями мы сосредотачиваем свое внимание только на лечебно-оздоровительном туризме, включающим в себя СПА, йогу, ароматерапию, борьбу с лишним весом и реабилитацию [1].

Несмотря на то, что высокотехнологичные операции (аортокоронарное шунтирование, ринопластика, установка зубных имплантов, ангиопластика, абдоминальные операции, замена тазобедренного сустава, хирургия катаракты) стоят в Индии в разы ниже, чем в США, и значительно меньше, чем в Республике Корея, их стоимость, тем не менее, значительно выше, чем в частных клиниках России. С учетом как минимум сравнимости их качества и необходимости дополнительных транспортных расходов и затрат на проживание, перспективы данного направления выездного туризма выглядят сомнительными на ближайшие годы.

Правительство Индии осуществило серьезные меры для развития медицинского туризма в страну. Так, введен специальный въездной режим «Медицинская виза», позволяющий иностранному туристу пребывать в Индии в течение 60 календарных дней. Облегчаются инвестиционный и налоговый режимы для создания медицинских кластеров, ввоза высокотехнологичного медицинского оборудования. В результате индийское здравоохранение за последнее десятилетие сделало значительный шаг вперед в плане повышения качества медицинских услуг [1].

Международные сегменты туристического рынка переживают нелегкие времена. Оживить их путем совершенствования качества предоставляемых услуг, определения оптимальной цены, используя все возможные коммуникационные средства, задействуя инструменты государственно-частного партнерства – задача федеральной и региональной государственной власти, органов местного самоуправления, всех субъектов индустрии гостеприимства. Индийское направление такой работы представляется нам весьма перспективным.

### **Список литературы**

1. Костянян А.А. Характеристики потребительского поведения на российском рынке выездного медицинского туризма // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2020. – № 1. – С. 135–155. – С. 138.
2. URL: <https://www.un.org/ru/global-issues/population> (дата обращения: 17.11.2022).
3. URL: <http://www.pitert.ru/news/rekomendatsii-po-rabote-t> (дата обращения: 17.11.2022).
4. URL: <https://www.tatar-inform.ru/news/pribyvshie-v-kazan-turisty-iz-indii-prosyat-pokazat-im-led> (дата обращения: 17.11.2022).
5. URL: <https://www.russinfo.in/ru/about-russian-information-center-in-india/> (дата обращения: 17.11.2022).
6. URL: <https://kpfu.ru/imoiv/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/nauchno-obrazovatel'nye-centry-i-laboratorii> (дата обращения: 17.11.2022).

7. URL: <https://kpfu.ru/imoiv/nauchno-issledovatel'skaya-rabota> (дата обращения: 11.11.2022).
8. URL: <https://www.atorus.ru/news> (дата обращения: 17.11.2022).
9. URL: <https://dzen.ru/media> (дата обращения: 17.11.2022).
10. URL: <http://malabar-kazan.ru/restaurant> (дата обращения: 17.11.2022).
11. URL: <https://cesi.tatarstan.ru> (дата обращения: 17.11.2022).

Sergey Yuryevich Rychkov,  
PhD, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia,  
Tatiana Vasilyevna Sushkova,  
PhD in Economics, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Naberezhnye Chelny Branch,  
Naberezhnye Chelny, Russia

### **TRANSFORMING HOSPITALITY MARKETING IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN IN TODAY'S GEOPOLITICAL REALITIES: THE CASE OF INDIA**

**Abstract.** This article discusses the possibilities and features of inbound tourism from India to the Republic of Tatarstan. The profile and features of the Indian tourist, as well as sources of informing potential consumers of tourist services of the Republic of Tatarstan are indicated. In addition, the article presents the opportunities and difficulties in organizing tourist services for a dedicated segment. The marketing package for tourists from India is designated: winter tourist routes, cultural and historical heritage sites, the offer of traditional vegetarian cuisine with spices for such tourists; the pricing strategy should be oriented to the consumer with an average income; marketing communications should be carried out with the help of information support of the Russian Information Center in India. The traditional analysis of scientific and other publications in the specialized literature was carried out.

**Keywords:** hospitality, tourism, tourist market of the Republic of Tatarstan, tourist routes, marketing of tourist services, Indian tourist, marketing complex

**УДК 37.013+338.48**

Оксана Васильевна Серова,  
к. б. н., доцент,  
Алия Маратовна Зиннатуллина,  
студент,  
Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы,  
Уфа, Россия

### **ФОРМИРОВАНИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ И ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО С УЧРЕЖДЕНИЯМИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН**

**Аннотация.** Приведен опыт прохождения организационно-управленческой практики в бакалавра направления «Туризм» в учреждении дополнительного образования детей туристско-краеведческой направленности. Проанализированы организационно-управленческая структура, виды деятельности, туристские маршруты. Приведен опыт участия в организации и проведении мероприятий. Подготовлена методическая разработка для детей.

**Ключевые слова:** туристско-краеведческая деятельность, практико-ориентированное обучение, детский туризм, туристские маршруты, туристские организации

Производственная организационно-управленческая практика проходила на базе муниципального бюджетного образовательного учреждения дополнительного образования «Городской центр туризма, краеведения и экскурсий «Комета» в Республике Башкортостан, г. Уфа, Орджоникидзевский район, ул. Рыбакова, д. 8. Городской центр туризма, краеведения и экскурсий «Комета» (рис. 1). Учреждение начало свою работу 1 ноября 1988 года. Учредителем МБОУ ДО «Городской центр туризма, краеведения и экскурсий «Комета» городского округа город Уфа Республики Башкортостан является городская администрация городского округа город Уфа Республики Башкортостан в лице Администрации городского округа город Уфа РБ.



**Рис. 1. Мероприятие на базе «Городского центра туризма, краеведения и экскурсий «Комета» в г. Уфа**

Это многопрофильное учреждение дополнительного образования, в котором ежегодно занимается более 2 000 обучающихся и функционируют 3 отдела (туризма, краеведения и экскурсий, спорта).

Отдел спорта осуществляют прием видов испытаний (тестов) нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО). За период работы отдела в сдаче норм ГТО приняло участие более 10 000 школьников из них 268 стали обладателями золотого значка «ГТО».

Педагогическим коллективом разработано и апробировано более 20 туристско-краеведческих, экскурсионных маршрутов по городу Уфе и Республике. Ежегодно проводится в среднем 250 экскурсий, более 80 походов выходного дня, в которых принимают участие около 8 000 школьников и студентов города.

В МБОУ ДО ГЦТКЭ «Комета» открыты новые направления туристской и физкультурно-спортивной образовательной деятельности – объединения «Велотуризм» и «Конный туризм».

Педагогическим коллективом решаются задачи по социализации детей и молодежи, развитию и укреплению чувств гражданственности и патриотизма, поддержке, реабилитации и адаптации подрастающего поколения к жизни в обществе. Ежегодно обучающиеся образовательных объединений Центра становятся победителями и призерами международных, всероссийских, республиканских и городских мероприятий. Сотрудники учреждения неоднократно становились победителями и призерами профессиональных конкурсов.

МБОУ ДО ГЦТКЭ «Комета» является центром подготовки сборной команды Республики Башкортостан для участия в Первенстве Приволжского федерального округа по спортивному туризму и во Всероссийских соревнованиях по спортивному туризму «Паруса надежды». Под руководством сотрудников Центра команда неоднократно становилась победителем и призером соревнований.

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение дополнительного образования «Городской центр туризма, краеведения и экскурсий» городского округа город Уфа Республики Башкортостан является тем институтом общества, который в состоянии интегриро-



вать воспитательные условия социума для эффективного решения проблем социальной адаптации и социализации личности в современных условиях.

Еще учреждение работает с детьми с ОВЗ. Занятия спортом и туризмом играют большую роль в воспитании воли у таких ребят, учат самостоятельности, самообслуживанию, ориентированию в окружающей среде и укрепляют здоровье. В основе программ лежат идеи социальной адаптации детей-инвалидов через занятия туризмом.

Отдел туризма и экскурсий занимается разработкой экскурсий по г. Уфе и Республике Башкортостан (рис. 2).

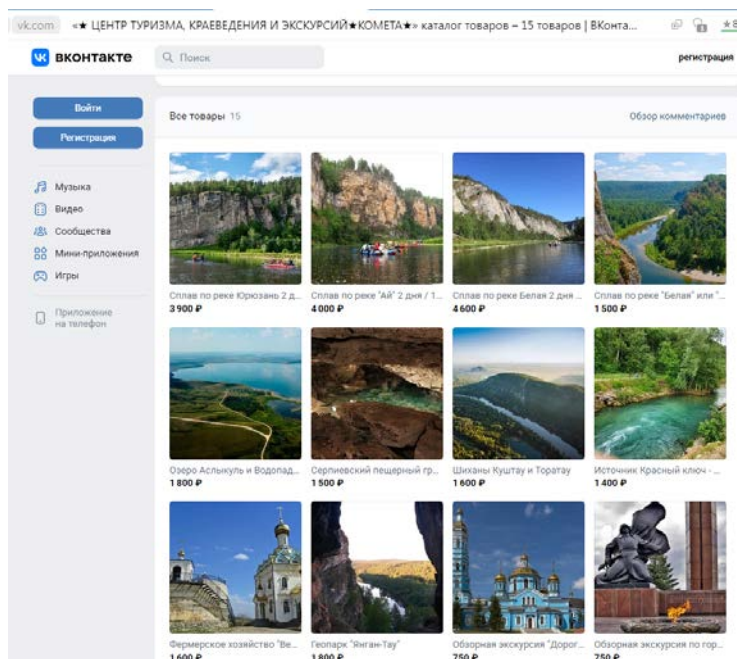


Рис. 2. Сайт МБОУ ДО ГЦТКЭ «Комета» ВКонтакте

В МБОУ ДО ГЦТКЭ «Комета» создана среда, способствующая обучению дополнительным общеобразовательным программам, организации и проведению массовых мероприятий, созданию необходимых условий для совместного труда, отдыха детей и родителей (законных представителей).<sup>9</sup>

«Городской центр туризма, краеведения и экскурсий «Комета» находится в центре Орджоникидзевского района г. Уфы и окружен туристскими объектами. Для гостей и жителей столицы проводятся обзорные экскурсии по северной части города туры выходного дня. В экскурсии включены достопримечательности города Уфы: парк Победы и мечеть «Ляля-Тюльпан», парк культуры и отдыха «Первомайский», Площадь имени Орджоникидзе. В парке культуры и отдыха «Первомайский» организована рекреационная зона вокруг озера Тепличное<sup>10</sup>.

Производственная организационно-управленческая практика представляет собой этап образовательного процесса, непосредственно ориентированный на профессионально-практическую подготовку обучающихся. В ходе практики мною были освоены следующие компетенции: осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, воспринимать межкультурное разнообразие общества, управлять своим временем, поддерживать должный уровень физической подготовленности.

<sup>9</sup> Официальный сайт Городского центра туризма, краеведения и экскурсий «Комета» - <http://tourismcentre-ufa.ru/sveden/common/>

<sup>10</sup> Информация о Орджоникидзевском районе - [https://ufacity.info/district/2477/structura/inform\\_rajon.php](https://ufacity.info/district/2477/structura/inform_rajon.php)



Во время производственной практики удалось принять участие в организации и проведение различных мероприятий:

1. Прием нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне». Мероприятие проводилось на 2 целевые аудитории: школьники и люди 18+. Организатор: отдел спорта Центра (рис. 3).



**Рис. 2. ГТО на Стадионе имени Н. Гастелло г.Уфа**

2. Помощь в организации Двенадцатого городского туристического слета школьников г.Уфы «Саяхат-2022» по спортивному туризму, состоявшегося 12 июня 2022 года на базе ДОЛ «Чайка», посвященного Дню города, Году культурного наследия народов России. Согласно положению, школьники соревновались по нескольким направлениям – «Пешеходная группа», «Поляна заданий», «Конкурсная программа». Эти мероприятия научили меня работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством и потребителями, участвовать в организации туристского мероприятия.

3. Совместно с руководителем практики от Центра мы анализировали литературу, нормативные документы и подготовили методические рекомендации:

- по воспитанию патриотического духа детей в условиях учреждений дополнительного образования, в котором сформулировали цели и задачи, формы работы, содержание работы, тематический план и содержание занятий.

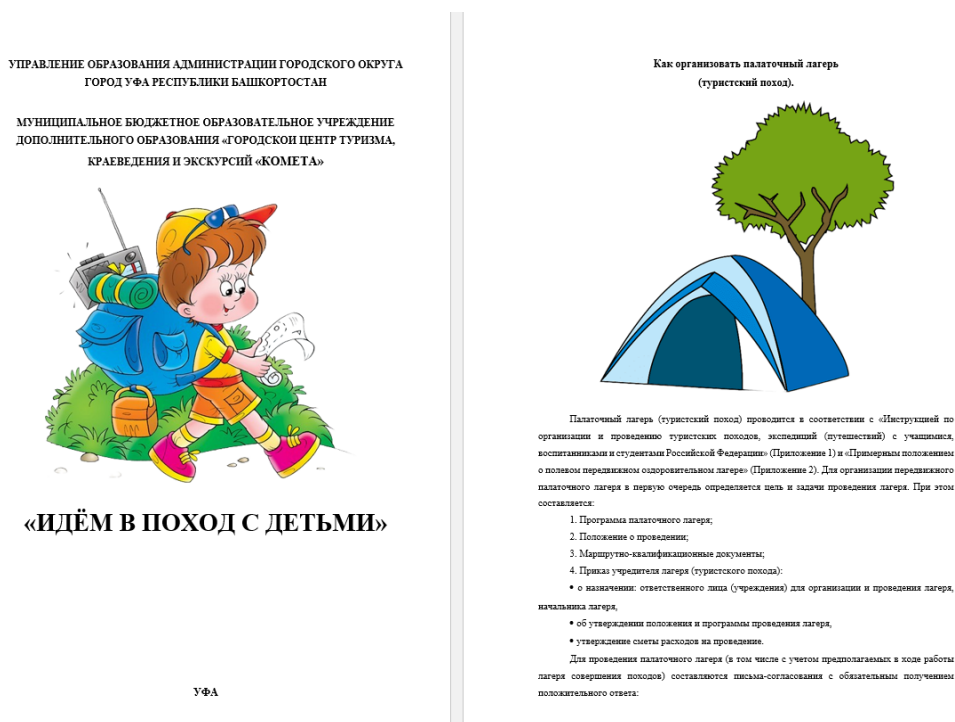
- в методичке по организации и проведению туристических походов с детьми, в мы описали как организовать палаточный лагерь (туристский поход), как формировать стратегию похода, как подготовить городских детей к походу в природу, какие вещи необходимо с собой взять, как организовать детский досуг, как себя вести инструктору с детьми и на что нужно обратить особое внимание в походе с детьми.

- в методичке по использованию метода игрового моделирования, описали цели и задачи, какие методы можно применять на уроках и опыт применения интерактивного метода в обучении.

- брошюра по организации медицинской помощи очень важна и необходима в туристском походе. Мы скомпоновали материал по организации первой медицинской помощи при травмах, с помощью картинок постарались показать, как оказывать первую медицинскую помощь при частых и различных травмах.

Для составления методических рекомендаций использовались материалы: Постановление Правительства Российской Федерации от 03.03.2017 г. № 252 «О некоторых вопросах обеспечения безопасности туризма в Российской Федерации», приказ МЧС России от 30.01.2019 № 42 «Об утверждении Порядка информирования территориальных органов МЧС России о маршрутах передвижения, проходящих по труднодоступной местности, водным, горным, спелеологическим и другим объектам, связанных с повышенным риском для жизни, причинением вреда здоровью туристов (экскурсантов) и их имуществу», Порядок хранения, использования и снятия с учета территориальными органами МЧС России информации о маршрутах передвижения, проходящих по труднодоступной местности, водным, горным, спелеологическим и другим объектам, связанных с повышенным риском для жизни, причинением вреда здоровью туристов (экскурсантов) и их имуществу», Инструкция по организации и проведению туристских походов, экспедиций (путешествий) с учащимися, воспитанниками и студентами Российской Федерации и «Примерное положение о полевом передвижном оздоровительном лагере» (утв. съездом Туристско-спортивного союза России от 24 мая 1997 г.), методические рекомендации по организации и проведению туристских походов с обучающимися (письмо Министерства образования и науки от 12.11.2015 № 09-3173) и др.

Данные методические рекомендации были использованы в летнем сезоне руководителями, заместителями (помощниками) руководителя и участниками туристских походов, экспедиций и экскурсий (путешествий). Особое внимание уделено дизайну, добавлено множество картинок, для ознакомления и донесение информации детям, участников походов и туристских лагерей (рис. 4).



**Рис. 4. Методические рекомендации по организации и проведению туристических походов с детьми (собственная разработка)**

Разработка методических рекомендаций научила меня способности осуществлять поиск, критический анализ информации, использовать информацию необходимую для эффективного выполнения профессиональных задач. Практика закрепила мои знания и умения, которые были приобретены в процессе освоения дисциплин, выработывала практические навыки, которые способствуют комплексному формированию компетенций обучающихся.

## Список литературы

1. Официальный сайт Городского центра туризма, краеведения и экскурсий «Комета». – URL: <http://tourismcentre-ufa.ru/sveden/common/> (дата обращения: 15.11.2022).
2. Информация о Орджоникидзевском районе. – URL: [https://ufacity.info/district/2477/structura/inform\\_rajon.php](https://ufacity.info/district/2477/structura/inform_rajon.php) (дата обращения: 15.11.2022).
3. Серова О.В., Кудинова Г.Э., Кулагин А.Ю. Развитие экологического туризма в регионе бассейна крупной реки // Экологические проблемы бассейнов крупных рек: материалы Международной конференции, приуроченной к 35-летию Института экологии Волжского бассейна РАН и 65-летию Куйбышевской биостанции / отв. ред.: Г.С. Розенберг, С.В. Саксонов. – 2018. – С. 280–283.

Oxana Vasilevna Serova  
PhD, Associate Professor  
Aliya Maratovna Zinnatullina  
Student

Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla  
Ufa, Russia

### FORMATION OF UNIVERSAL COMPETENCIES AND PRACTICE-ORIENTED COOPERATION WITH INSTITUTIONS OF ADDITIONAL EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN

**Abstract.** The experience of organizational and managerial practice for the bachelor of "Tourism" direction in an institution of additional education for children in tourism and local history orientation is presented. The organizational and managerial structure, types of activity, tourist routes are analyzed. The experience of participation in the organization and conduct of activities is given. A methodological development for children is prepared.

**Keywords:** tourist and local history activities, practice-oriented learning, children tourism, tourist routes, tourism organizations

УДК 330

Мария Андреевна Сидорчева,  
студент,  
Елена Анатольевна Сидорчева,  
старший преподаватель,  
Кубанский государственный технологический университет (КубГТУ)

### СЕРВИСНАЯ СИСТЕМА. ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРИВЫЧНОГО СЕРВИСА В КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ

**Аннотация.** В данной статье рассмотрено понятие «концептуальный сервис». Изучен вопрос внедрения концептуального сервиса взамен привычного, а также популяризация симбиоза функционального и эмоционального аспектов сервиса среди различных предприятий общественного питания. Рассмотрена структура концептуального сервиса, его базовые составляющие, а также их влияние на общую атмосферу предприятия общественного питания.

**Ключевые слова:** сервис, концепция, эмоциональный сервис, концептуальный сервис

В настоящее время сфера общественного питания, а в частности ресторанный бизнес, приносит значительный вклад в бюджет России. Как ни странно, ресторанный бизнес является довольно прибыльным для собственника, если он ведется правильно. Стоит отметить, что на данном этапе развития сферы общественного питания устоялась жестокая конкуренция между различными предприятиями. Каждый собственник желает, чтобы большое количество гостей выбирали именно его заведение, однако это не каждому удастся.

Качество сервиса – это один из факторов, который влияет на желание потребителя купить товар или услуги, а также прийти в компанию снова. Ключевая роль в формировании качества сервиса отводится сотрудникам компании. Но, в свою очередь, на его умение поддерживать коммуникацию с клиентом, а также профессиональные характеристики должна влиять культура сервиса компании в целом [1].

Широко известен тот факт, что главной целью сервиса является победа над конкурентами. Можно смело сделать вывод, что российским компаниям не важно, как будет чувствовать себя клиент, важно занять лидирующие позиции на рынке. Это является одной из главных ошибок российского сервиса [2].

Для оказания услуг существует три неотъемлемых связующих: покупатель, сотрудник сервисной организации, система предоставления услуг, то есть качество сервиса.

Главным звеном в этой системе является потребитель. Вся система действует непосредственно на удовлетворение потребностей человека [3].

В наши дни идет популяризация концептуального сервиса взамен обычному. Концептуальный сервис включает в себя как базовые элементы сервиса, так и уникальное торговое предложение, которое будет отличаться от конкурента. Цель концептуального сервиса – организовать уникальный опыт гостю, который он не сможет получить, если придет в заведение потенциального конкурента. Наличие действующего концептуального сервиса позволяет отстроиться от шаблонной схемы привычного сервиса конкурентов.

Концептуальный сервис – это тот сервис, который позволяет гостю погрузиться в атмосферу, а также передает главную идею заведения.

Как правило, концептуальный сервис включает в себя два составляющих элемента – функциональный сервис и эмоциональный сервис.

В свою очередь, функциональный сервис строится на базовых принципах сервиса (обслуживание гостя, внешний вид сотрудника и др.), твердых знаниях и технических навыках – *hard skills* персонала (знание организационной структуры, знание своей зоны ответственности и обязанностей и др.). Другими словами, функциональный сервис заведения – это и есть базовый сервис.

Эмоциональный сервис строится из аутентичности идеи – сильной концепции заведения (отличающийся и запоминающийся интерьер, культура общения официантов, особенности подачи блюд и др.).

Немало важными аспектами эмоционального сервиса являются эмпатия, гостеприимство и *soft skills* сотрудников и лояльность.

Главной особенностью функционального сервиса от эмоционального является то, что знание функционального сервиса предприятия можно проверить в виде опросов, тестов. Задача эмоционального сервиса – передать главную идею и концепцию предприятия, в котором находится клиент.

К главным отличиям сотрудника, владеющим навыками концептуального сервиса можно отнести:

- глубокие экспертность и профессионализм (базируются на владении функциональным сервисом);
- эмпатичность – способность взглянуть на обстоятельства глазами другого человека;
- радушность и гостеприимность по отношению к гостям заведения;
- лояльность к компании и готовность транслировать идеи;
- соответствие концепции.

В настоящее время большинство предприятий сферы гостеприимства уходят от базового сервиса и трансформируют его в концептуальный, тем самым разрабатывают аутентичность своего предприятия. Концептуальный сервис – это новый аспект развития ресторанного бизнеса, который стремительно набирает свою популярность.

Актуальность концептуального сервиса заключается в том, что существуя в нынешних реалиях, та или иная целевая аудитория более осведомлена о качестве сервиса целом, тем самым, не дает возможность заведениям предоставлять некачественные услуги. В связи с

тем, что нынешний клиент точно предполагает, какое качество предлагаемых услуг, а в том числе, какой базовый сервис должны быть, собственник предприятия общественного питания обязан сделать так, чтобы заведение соответствовало запросам клиента. Однако на данный момент поддержания только базового сервиса не является главным рычагом конкурентоспособности. В таком случае каждому предприятию разрабатывается личный концептуальный service-book.

### Список литературы

1. Мордасова Е. В. Современное развитие сервиса в России: проблемы и перспективы / Е. В. Мордасова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 3 (241). – С. 194-196. – URL: <https://moluch.ru/archive/241/55663/> (дата обращения: 22.11.2022).
2. Библиотека маркетолога. URL: <https://www.marketing.spb.ru/> (дата обращения: 22.11.2022).
3. Журналы «Питание и общество», «Ресторанные ведомости», «Гастроном».

Maria Andreevna Sidorcheva,  
Student,  
Elena Anatolyevna Sidorcheva,  
Senior Lecturer,  
Kuban State Technological University (KubSTU)

### SERVICE SYSTEM. TRANSFORMATION OF A FAMILIAR SERVICE INTO A CONCEPTUAL ONE

**Abstract.** This article discusses the concept of "conceptual service". The issue of introducing a conceptual service instead of the usual one has been studied, as well as popularization of the symbiosis of functional and emotional aspects of service among various catering enterprises. The structure of the conceptual service, its basic components, as well as their impact on the overall atmosphere of the catering enterprise are considered.

**Keywords:** service, concept, emotional service, conceptual service

УДК 008

Мария Владимировна Тимофеева,  
бакалавр,  
Карина Рузалевна Хафизова,  
ассистент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

### РАЗВИТИЕ КИТАЙСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

**Аннотация.** Авторами описана современная тенденция развития российской сферы туризма. На фоне активного укрепления международных связей между Россией и Китаем, процесса, берущего начало еще с прошлого века, особый интерес представляет работа по укреплению данных связей. Статья посвящена описанию современного российского туристического направления, нацеленного на привлечение китайских туристов, раскрытию условий и преимуществ, созданных в данном направлении и российской стороны.

**Ключевые слова:** туризм, русская культура, Китай

С древних времен люди являются участниками процесса межкультурной коммуникации и межкультурного обмена. Сначала для описания межкультурной коммуникации использовалось классическое понимание культуры как стабильной системы сознательных и

бессознательных правил, норм, ценностей, структур, артефактов, как национальной или этнической культуры.

В настоящее время межкультурная коммуникация – это творческое взаимодействие, толерантность к разнице в культурном образовании других, желание учиться, а также узнавать причины другого поведения, понимать и принимать его [1].

На протяжении многих лет между Россией и Китаем существуют тесные экономические, энергетические, торговые и межкультурные связи, которые берут свое начало еще с прошлого века. Китай – это надежный партнер России во всех аспектах международных связей. Только в 2017 году Россию посетило более 900 тысяч китайских туристов по безвизовому режиму, что на 150 % больше, чем в 2012 году [2]. Поэтому отрасль российского туризма, ориентированная на туристов из Китая является актуальным и приоритетным направлением развития.

Развитие сферы гостеприимства китайских туристов в России происходит в разных городах и в разных направлениях.

Для того чтобы посетить Россию, у китайских граждан существует важный повод, основанный на многолетнем плодотворном международном содружестве стран, в прошлом разделяющих одни идеологические взгляды. Специально для туристов из Китая, неравнодушных к истории советского коммунизма, в России был организован «Красный туризм». Это тур по трем российским «столицам» и родному городу Владимира Ильича Ленина: Москва – Санкт-Петербург – Казань – Ульяновск.

Красный туризм – одно из важнейших событийных и научно-познавательных туристических направлений Китая, тесно связанное с историей китайской коммунистической партии и революционной историей. Термин 红色旅游 [hóngsè lǚyóu] «красный туризм» появился в Китае в 2004 году; после утверждения программы развития красного туризма было создано 30 маршрутов и 100 туристических объектов, связанных с революционными местами [3]. На территории России и города Казани в частности находится множество уникальных объектов, связанных с советской историей и с жизнью советских вождей, представляющих колоссальный интерес для туристов из Китая [4].

4 июня 2015 года Федеральное агентство по туризму и Правительство Москвы в рамках Соглашения РФ и КНР подписали договор о безвизовых групповых поездках для жителей обеих стран [5]. Данная программа направлена на укрепление международных связей стран и развития сферы туризма.

В Казани в международном выставочном центре «Казань Экспо» в рамках проведения международных соревнований и выставок создана удобная сеть навигации на китайском языке. Она охватывает не только территорию непосредственно выставочного комплекса, но и навигацию по трансферу в город и передвижению по центру города.

Каждое лето в центре Казани рядом с историческими зданиями располагаются информационные палатки, где представляется информация о достопримечательностях и экскурсионных маршрутах на разных языках, в том числе на китайском. В другое время года центр располагается в центре города на главной туристической улице – ул. Баумана.

Немногие люди знают о существовании программы China Friendly. China Friendly – это программа, призванная создать комфортную среду пребывания для китайских туристов на территории России, и направленная на продвижение российского турпродукта на международном рынке, привлечение клиентов из Китая и увеличение доходов турбизнеса [6].

В Казани по программе China Friendly зарегистрирован четырех звездочный отель «Ривьера». Это означает, что предоставляемые услуги в отеле соответствуют всем требованиям и стандартам обслуживания туристов из Китая. Официальный сайт отеля «Ривьера» переведен на китайский язык, что упрощает процесс бронирования номеров китайскими туристами. На ресепшне отеля администраторы всегда приветствуют гостей из Китая на их родном языке, без труда общаются с ними и всегда имеют под рукой электронные средства для оперативного перевода.

Навигационные указатели, информационные материалы, карта города на стойке администратора, информация об отеле и услугах в номерах: все это переведено на китайский язык. Отелем также предусмотрены все необходимые и привычные для китайцев удобства: китайское телевидение, чайная станция, адаптеры для розеток, соответствующие стандартам КНР, китайское меню в ресторане и возможность оплаты через систему China UnionPay [7].

Российско-китайское сотрудничество – одно из основных направлений развития туризма в России. Как часть главного туристического маршрута, Казань является одним из лидеров и задает стандарты уровня оказываемых услуг и качества гостеприимства.

Развитие сферы гостеприимства для китайских туристов в России стремительно растет и будет развиваться в ближайшие годы. Китай и Россия – страны с огромным туристическим потенциалом. Китайский туризм является надежным инструментом укрепления отношений между Россией и Китаем.

### Список литературы

1. Каппушева, З. А. Межкультурное общение URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/66/3284/> (дата обращения: 27.11.2022).
2. URL: <http://epaper.hljnews.cn/hljrb/20180618/361346.html> (дата обращения: 27.11.2022).
3. Большой Китайско-русский словарь (БКРС) URL: <https://bkrs.info/> (дата обращения: 27.11.2022).
4. Национальный туристический портал. URL: <https://www.gov.uk/foreign-travel-advice/russia> (дата обращения: 27.11.2022).
5. Федеральный закон от 12 марта 2014 года № 24-ФЗ «Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики об облегчении поездок граждан» // Российская газета – 2014. – 12 марта.
6. China friendly. URL: <https://chinafriendly> (дата обращения: 27.11.2022).
7. Интернет-газета «Реальное время». URL: <https://m.realnoevremya.ru/news/66855-otel-rivera-uchastnik-programmy-china-friendly> (дата обращения: 27.11.2022).

Maria Vladimirovna Timofeeva,  
Student,

Karina Ruzalevna Khafizova,  
Assistant,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### DEVELOPMENT OF CHINESE TOURISM IN RUSSIA

**Abstract.** The authors describe the current trend in the development of the Russian tourism sector. Against the background of the active strengthening of international relations between Russia and China, which has been taking place since the last century, the work on strengthening these ties is of particular interest. The article is devoted to the description of the modern Russian tourist destination aimed at attracting Chinese tourists, revealing the conditions and advantages created in this direction from the Russian side.

**Keywords:** tourism, Russian culture, China

Уссейну Талл,  
к.ф.н., заведующий кафедрой русского и славянских языков,  
Дакарский Госуниверситет имени Шейха Анты Диопа,  
Дакар, Сенегал

## ЛЕКСИКОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЛЕКСЕМ ГОСТЕПРИИМСТВО И ГОСТИНИЦА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

**Аннотация.** Данная статья представляет собой лексикологический анализ двух русских лексем: *гостеприимство* и *гостиница*. Методом обобщения словарных дефиниций из разных источников, автор показал смысловое наполнение и специфику каждой лексемы. Благодаря этому анализу установлено лексико-семантическое богатство этих двух лексем, которые являются показателями не только богатства русской культуры в общении, но и гостеприимства его жителей, т. е. русского народа.

**Ключевые слова:** гостеприимство, гостиница, анализ, лексема, русский язык, лексикологический, слово, значение

Слова в языке существуют не изолированно, а в тесной связи друг с другом, объединяясь тем или иным образом. Известный русский семасиолог М.М. Покровский, одним из первых осознавший системный характер лексики, писал во второй половине XIX века: «Слова и их значения живут не отдельной друг от друга жизнью, но соединяются (в нашей душе) независимо от нашего сознания в различные группы, и основанием для группировки служит сходство или прямая противоположность по основному значению».

Лексикология – это наука о словарном составе языке. Лексикология русского языка изучает словарный состав русского языка или его лексику. Лексика русского языка – это слова и словосочетания, которые играют роль слова.

Семантика – это наука о значении слова. Современная семасиология исходит от того, что каждое слово в языке имеет определенное значение. Значение слова – информация, которую она несет как единица языка.

«Представление о значении слова как структуре компонентов – достижение семной семасиологии, которая благодаря открытию компонентного анализа получила распространение в семантических исследованиях в 60-70-х гг. прошлого века (Ю.Д.Апресян, Р.С. Гинзбург, В.Г. Гак, Э.В. Кузнецова, А.М. Кузнецов, Л.М.Васильев, О.Н.Селиверстова, М.В. Никитин и др.).

Семная семасиология (З.Д. Попова, И.А. Стернин, 2009) оперирует понятием семы и рассматривает значение как структуру дифференциальных компонентов – сем, которые могут быть выделены компонентным анализом и различными другими приемами, в частности – экспериментальными.

Значение слова (семема) есть закрепление в его звуковой оболочке (лексеме) отражения действительности. Оно может быть описано как набор семантических компонентов различного уровня» [4].

Ассоциативно-семантическое поле – разновидность лексико-семантического поля, но ограниченная словообразовательным родством единиц.

Описание значения слова по словарям представляет собой фиксацию его лексикографического значения. Актуальным является семантическое изучение таких лексических единиц в русском языке, чтобы прояснить место, которое они занимают в лексико-семантической системе своего языка.

Метод обобщения словарных дефиниций лексем *гостеприимство* (*гостинец*) и *гостиница* (производные слова) позволяет представить их как лексические единицы, обладающие различными значениями в русском языке. Укажем ниже некоторые дефиниции вышеназванных лексем.

### **Гостеприимство:**

1. «Радущие в приглашении, приеме и безвозмездном угощении гостей, посетителей, случайных людей» [4].



### **Гостинец, чаще гостинцы:**

1. «Подарок детям, близким людям, хорошим знакомым от близкого человека, чаще что-либо сладкое, вкусное, обычно привезенное откуда-либо в качестве подарка, в знак внимания» [4]. *Разг. или прост.*

В целом, слово *гостеприимство* имеет несколько значений: преимущественные значения, индивидуально-авторское значение, коммуникативно нерелевантные значения [4].

### **Гостиница**

1. «Дом для временного проживания приезжающих с меблированными комнатами и обслуживанием» [4].

Чаще всего клиентам предлагаются меблированные комнаты – номера различных категорий. В зависимости от уровня комфорта, предлагаемых услуг и иных критериев отелям также могут присваиваться различные категории. Наиболее известная классификация отелей – так называемая звездочная система, в которой уровень отеля определяется количеством звезд от одной до пяти.

#### *Контекстуальное значение лексемы гостиница:*

«Временное помещение для размещения кошек и собак на время отъезда или путешествия и хозяев.

«А Собачонка, да еще такая плюгавенькая, ни в жисть не допрыгнет. Вот хозяйева ее без боязни и оставили. Наверное, чтобы не платить за нее в собачье-кошачью **гостиницу**. Водили, когда пили за мое здоровье, говорили, что на каждом таком теплоходе есть гостиница для путешествующих Котов и Псов. И стоит – будь здоров исключительно в СВК... Бедная собачонка трясется от страха, тявкает каким-то детским голосом, ножки у нее дрожат, попойкой забила в угол». *Владимир Кунин. Крыся (1998–2000).*

#### *Коммуникативные значения лексемы гостиница*

1. Дом для временного проживания приезжающих с меблированными комнатами и обслуживанием;

2. Временное помещение для размещения кошек и собак на время отъезда или путешествия их хозяев.

#### *Семантика лексемы гостиница:*

1. Дом для временного проживания приезжающих с меблированными комнатами и обслуживанием;

2. Временное помещение для размещения кошек и собак на время отъезда или путешествия их хозяев» [4].

В конечном итоге можно сказать, что лексикологический анализ лексемы «*гостиница*» в современном русском языке является практически однозначным, второе значение – временное пристанище для кошек и собак – является единичным. Оно лингвокультурно обусловлено – в России еще мало гостиниц для собак и кошек» [4]. У слова *гостеприимство* больше значений. Это безусловно отражает культурно-коммуникативное богатство русского языка. Это также показывает гостеприимство русского народа.

### **Список литературы**

1. Апресян Ю.Д. Экспериментальные исследования семантики русского глагола. – М.: Наука, 1967. – 251 с.

2. Глобина Л.Д. Лексико-семантическое поле партиитивной лексики в современном русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01; Воронеж. гос. ун-т; науч. рук. И. А. Стернин. – Воронеж, 1995. – 18 с.

3. Денисов П.Н. Лексика русского языка и принципы ее описания. – М.: Рус. яз., 1980. – 253 с.

4. Талл Уссейну. Семантика и употребление единиц семантического поля гость в русском языке: автореф. дис. ...канд. филол. наук. – Воронеж, 2011.

Ousseynou Tall,  
PhD, Senior Lecturer,  
Chief of the department of Slavic languages and civilizations,  
Cheikh Anta Diop University of Dakar, Senegal

## THE LEXICOLOGICAL ANALYSIS OF THE LEXEMES “HOSPITALITY” AND “HOSTEL” IN RUSSIAN LANGUAGE

**Abstract.** This article is a lexicological analysis of two Russian lexemes: *hospitality* and *hotel*. Using the method of generalizing and combining the meanings and definitions of the above lexemes from different dictionaries and sources, we have shown the semantic contents and specificity of each lexeme. Thanks to this scientific approach, we have identified their lexical-semantic richness. It shows at the mean time the richness of culture in Russian communication, as well as the hospitality of its inhabitants, i.e. Russian people.

**Keywords:** hospitality, hotel, analysis, lexeme, Russian language, lexicological, word, meaning

УДК 37:331.1:159.9:[338.48:379.85]-051

Маргарита Александровна Филатова-Сафронова,  
к. псих. н., доцент,  
Галина Геннадьевна Семенова-Полях,  
к. псих. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ПОВЫШЕНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ У РАБОТНИКОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА: ДЕМОНСТРАЦИЯ ОПЫТА

**Аннотация:** в статье обосновывается актуальность психологического просвещения работников сферы туризма и гостеприимства, повышения их профессионализма. В качестве иллюстрации приводится описание программы мастер-класса, проведенного для специалистов данной сферы, основу которого составил психологический разбор кейса из практики круизного туризма

**Ключевые слова:** психологическая грамотность, туризм, гостеприимство, мотивация, классификация туристов, кейс

Знание основ психологии в сфере туризма и гостеприимства в настоящее время является одним из основных требований, предъявляемых к сотрудникам данных отраслей. Особенно востребовано владение информацией социальной психологии, изучающей поведение и психологические особенности людей в ситуации отдыха, их потребности и мотивации, коммуникации между клиентами и работниками туристической сферы. Умение быстро и четко отрабатывать сложные жизненные кейсы, возникающие в сфере туризма, также входит в перечень необходимых компетентностей специалистов.

Существуют разные способы повышения психологической грамотности работников туристического бизнеса и гостеприимства. Это и обязательный курс по психологии во время обучения, и тренинги личностного роста, и чтение специальной психологической литературы. Одной из эффективных форм являются также методические семинары, на которых профессионалы делятся своим опытом. В статье приводится обзор мастер-класса «Психологические аспекты работы с клиентами», проведенного авторами на обучающей программе для работников сферы туризма и гостеприимства 29.09.2022 в Самаре по инициативе Департамента экономического развития инвестиций и торговли Администрации городского округа Самара.

В мастер-классе приняли участие более сотни человек: представители сферы туризма и студенты Самарского государственного колледжа сервисных технологий и дизайна.

В первой части мероприятия освещались теоретические аспекты темы: классификация туристов, их потребности и мотивация.

Как показывают источники, среди нужд, на удовлетворение которых направлено туристическое действие, можно встретить все, представленные в «пирамиде» А. Маслоу, начиная от потребности в физическом комфорте и заканчивая устремлениями к самопознанию и самореализации. В числе мотиваций туристического выбора выделяют желания развлечений, познаний нового или смены места («перезагрузки»). К туризму побуждает также стремление соответствовать статусу, иметь новые или поддерживать старые социальные связи, а также стимулирует рекреационная потребность (в восстановлении здоровья и сил) [2].

А. В. Литвин представляет психологические портреты людей в зависимости от вида туристического предпочтения (горного, пляжного или) [1]. Так, горный туризм выбирают те, кого влечет неизведанное, выход за пределы привычного и знакомого, чья активность сопряжена с постоянной подготовкой к предстоящими маршрутам. Это чрезвычайно сензитивные типы, уверенные в себе и независимые. Культурно-исторический туризм влечет людей упорядоченных в деловом отношении, стремящихся соотнести личные цели с надиндивидуальными, несинергичных и неспонтанных. Пляжный туризм – это скорее ритуальный формат отдыха; он характерен для тех, кому важно быть в кругу близких и друзей.

Содержательной стороной деятельности менеджера туристической компании являются продажи. Отсюда и корректность применения на практике общепринятых психологических характеристик клиентов и моделей поведения в зависимости от его типа. Так, например, А.В. Шпитонков предлагает следующее описание. Аналитический тип клиента нацеливает специалиста по продажам туристических услуг на полное, подробное и фактологическое изложение информации, партнерское ведение переговоров. Целеустремленный тип требует лаконичное, энергичное ведение дел с демонстрацией возможностей выбора и актуальностью предложения. Гармоничный тип ожидает от менеджера радушия и дружелюбия, последовательности и демонстрации помощи, но без давления и настойчивости. Эмоциональный тип клиента легко заражается новыми предложениями и ориентирован на мнения других. При взаимодействии с ним необходимо дать возможность выговориться, быть уверенным в себе и излагать детали предложения в письменном виде [4].

При помощи видеопримеров у участников программы произошло объединение теоретической информации с реальными жизненными ситуациями.

На следующем этапе происходил разбор авторского кейса «Замена рейса». Ниже приводится его описание.

«Двухпалубный теплоход «N», работающий под управлением компании «В.П.» в одной из навигаций испытывает серьезные финансовые проблемы. Теплоход «N» в разгар навигации был вынужден встать на ремонт из-за технических неполадок, что привело к отмене запланированных рейсов. После устранения неполадок теплоход с задержкой в 10 часов отправился в рейс «Казань – Углич – Казань».

На борту теплохода находилось сто сорок туристов, большинство из которых составляли безоговорочные приверженцы (из года в год выбирали отдых на этом теплоходе).

Туристы прибыли на борт 13 августа в 8.00. Отправление в рейс должно было состояться в 10.00. Принимая во внимание, что предыдущие три рейса не состоялись, туристы прибывали в очень волнительном состоянии. Когда в 10.00 теплоход НЕ отправился в рейс, на теплоходе стала нагнетаться обстановка. Руководство теплохода обратилось к прибывшим на борт с речью, что вопрос об отправке в рейс решается и в течение дня, «будем надеяться», все решится положительно.

Но и в 12.00, и в 15.00, и в 18.00 теплоход оставался на причале. Отдыхающих покормили обедом.

Из туристической бригады на теплоходе присутствовали только методист, три аниматора и диджей. Директор круиза по семейным обстоятельствам отсутствовала.

К радости всех туристов теплоход смог выйти в рейс в 20.00.

На следующий день было объявлено собрание отдыхающих с капитаном. Капитан заявил, что «поскольку была задержка рейса, то скорее всего будет изменен маршрут». Далее капитан предложил два варианта:

«Следуем по маршруту «Казань – Углич – Казань», но без заявленных остановок в других городах (менее предпочтительный из-за погодных условий и т.д.)

Меняем маршрут на «Казань – Ярославль – Казань» с заездом в запланированные города».

Капитан объявил голосование. Большинство туристов выбрали первый вариант, однако капитан аннулировал решение и предпочел второй вариант. И на теплоходе начался бунт.

Какие возможные решения допустимы в сложившейся ситуации?

Какие, по-вашему, мнению допущены ошибки со стороны руководства?»

В ходе обсуждения участники изначально называли допущенные ошибки со стороны руководства, затем предлагали свои пути выхода из непростой ситуации. Большинство слушателей семинара пришло к выводу, что очень важно уметь управлять своим психоэмоциональным состоянием, чтобы контролировать рабочий процесс, направлять его в рациональное русло. Поэтому завершающим аккордом мастер-класса стало проведение авторской медитативной техники «Психологический настрой на...» [3], после которой каждый ответил на три вопроса: что было полезно? Что вы поняли для себя? Как вы сможете применить это в жизни?

По отзывам организаторов мероприятия и самих участников, мастер-класс оказался интересным, насыщенным полезной психологической информацией, и каждый выразил готовность использовать ее не только в своей профессиональной, но и повседневной жизни.

Таким образом, семинары, на которых происходит обобщение опыта специалистов-психологов, способствуют формированию психологических конструктов у представителей туристического и гостиничного бизнеса.

### Список литературы

1. Литвин А.В. Психологические особенности людей, практикующих различные виды туризма // Южно-российский журнал социальных наук. – 2018. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-osobennosti-lyudey-praktikuyuschih-razlichnye-vidy-turizma> (дата обращения: 06.11.2022).

2. Луганская Е.В. Основные мотивационные аспекты туристической деятельности // Вестник КРУ МВД России. – 2011. – № 2(12). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-motivatsionnye-aspekty-turisticheskoy-deyatelnosti> (дата обращения: 06.11.2022).

3. Филатова-Сафронова М.А. «Психологический клуб «М.А.Р.Г.О.»: практикум. – Казань: Изд-во «Познание» Казанского инновационного университета, 2019. – 60 с.

4. Шпитонков С.В. Эффективное управление продажами FMCG: проверено опытом. – СПб.: Питер, 2006. – 217 с.

Margarita Alexandrovna Filatova-Safronova,  
PhD in Psychology, Associate Professor,  
Galina Gennadievna Semenova-Poliakh,  
PhD in Psychology, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### INCREASING PSYCHOLOGICAL LITERACY OF TOURISM WORKERS: DEMONSTRATION OF EXPERIENCE

**Abstract:** the article justifies the relevance of psychological education of tourism and hospitality workers, increasing their professionalism. As an illustration, a description of the master class program conducted for specialists in this field is given. The master class was based on a psychological analysis of the case from the practice of cruise tourism.

Keywords: psychological literacy, tourism, hospitality, motivation, classification of tourists, case

Диана Ильдусовна Хайруллина,  
к. э. н., доцент,  
Алия Дамиловна Сафина,  
студент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## РЕСТОРАН ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА: ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

**Аннотация.** Индустрия гостеприимства, а также спектр оказываемых ими услуг, с каждым годом развивается. Практически ни одна гостиница не существует без ресторанов. Разнообразие предоставляемых ресторанами видов питания влияет на организацию бухгалтерского учета. В статье рассмотрена специфика деятельности ресторанов при гостиницах, особенности ведения бухгалтерского учета, а также предложены рекомендации по организации раздельного учета доходов и расходов.

**Ключевые слова:** услуги, бухгалтерский учет, калькуляция, доходы и расходы

Гостиничный бизнес это одно наиболее бурно развивающихся направлений современной экономики. Гостиницы предоставляют огромный спектр различных услуг. К ним относятся услуги химчистки, прачечной, парикмахерские, сауны, салоны красоты, услуги питания и т.д.

На сегодняшний день не возможно представить ни одну гостиницу без ресторана. Наличие ресторана или кафе это не столько требование моды, а сколько забота руководства гостиницы о престиже и поддержании репутации.

Рестораны при гостиничных комплексах имеют возможность представлять такие виды питания как:

1. Полный пансион, который предполагает трехразовое питание.
2. Полупансион. Это двухразовое питание, которое обязательно включает завтрак и на выбор либо обед, либо ужин.
3. Только завтрак.

Особое внимание при организации питания в гостиничных комплексах уделяется завтракам. Именно с завтраков начинается день у гостей гостиничного комплекса. Именно на завтрак приходят абсолютно все жильцы гостиницы.

Различают несколько разновидностей завтраков:

1. Континентальный завтрак. В него включается чай, кофе, горячий шоколад и хлебобулочные изделия.
2. Расширенный завтрак. Предполагает, что к континентальному завтраку добавляются соки, бутерброды, йогурты, творог и хлопья.
3. Английский завтрак. Включает кофе или чай, принесенные в номер. Также включает хлебобулочные изделия, тосты, яичницы.
4. Американский завтрак. В дополнение приносится обычная питьевая вода со льдом, соки, фрукты, блюда из злаков, пироги.
5. Завтрак с шампанским. Предлагают кофе, чай, шампанское. Обычно завтрак предоставляется с 10.00 до 11.30.
6. Поздний завтрак. Время завтрака с 10.00 до 14.00. Включает в себя как блюда, которые предоставляются на завтрак, так и горячие блюда, присущие обеду.

Таким образом, в гостиницах комплексах важным источником доходов являются рестораны. Но деятельность ресторанов необходимо строго контролировать, иначе они не бу-

дут приносить соответствующий доход. Для организации контроля необходимо организовать надлежащий бухгалтерский учет.

В крупных гостиничных комплексах для организации бухгалтерского учета имеется большой штат бухгалтеров, за каждым из которых закреплены определенные участки учета. Однако, небольшие гостиницы не имеют возможно нанимать несколько бухгалтеров, соответственно обязанности по ведению учета ложатся на плечи одного бухгалтера.

В большинстве случаев рестораны при гостиничных комплексах обеспечены собственными производственными подразделениями, лишь малая часть гостиниц используют привозную продукцию. Учет затрат на производство собственной продукции (готовых блюд) обычно учитываются с использованием следующих бухгалтерских счетов:

1. Счет 20 «Основное производство» и 44 «Расходы на продажу». Такой вариант бухгалтерского учета предполагает учитывать на счете 20 только стоимость сырьевого набора, которое используется для приготовления блюд, при этом все остальные затраты учитывать на счете 44.

2. Счет 44 «Расходы на продажу». Данный вариант учета предполагает учет абсолютно всех затрат на данном счете.

Выбранный вариант учета затрат необходимо закрепить в учетной политике предприятия гостиничного сектора.

Выручку от оказания услуг по организации питания в ресторане гостиницы можно учитывать также двумя способами:

1. В составе доходов от обычных видов деятельности.
2. В составе прочих доходов.

Вариант учета выручки ресторана как прочий доход позволит владельцам оценить рентабельность двух видов деятельности: основного – оказания услуг проживания в гостинице, дополнительного, в том числе услуг организации питания в гостинице.

В последнее время в гостиницах все чаще используется такая услуга как «шведский стол». Сложностью в организации учета услуги «Шведский стол» является калькулирование себестоимости блюд. Калькулирование осуществляется в специальном документе – калькуляционной карточке. Калькулирование необходимо осуществлять на основании сборника рецептур, который является единым для всех предприятий общественного питания.

Организация учета «шведского стола» предполагает использование таких же счетов 20 «Основное производство», 44 «Расходы на продажу», 41 «Товары».

По нашему мнению, в целях разграничения затрат на всем видам оказываемых услуг гостиничного комплекса необходимо организовать их отдельный учет, а именно:

1. На счете 20 ввести аналитические субсчета по видам оказываемых услуг, при этом обязательно разделить услуги гостиницы и услуги ресторана:

- 20.1 «Услуги гостиница»
- 20.2 «Услуги ресторана»

При этом на субсчете 20.2 «Услуги ресторана» организовать более детальный учет по видам оказываемых услуг ресторана: 20.2.1. «Шведский стол» и другие.

2. На счете 44 также разделить расходы по видам:

- 44.1 «Расходы гостиницы»
- 44.2 «Расходы ресторана»

Помимо организации отдельного учета затрат, по нашему мнению, необходимо организовать и отдельный учет доходов и расходов (при условии учета услуг ресторана в составе расходов по обычным видам деятельности), а именно:

1. На счете 90 «Продажи» субсчет 1 «Выручка» открыть субсчета:

- 90.1.1. «Выручка от оказания услуг гостиницы»
- 90.1.2. «Выручка от оказания услуг ресторана»

2. На счете 90 «Продажи» субсчет 2 «Себестоимость продаж» открыть субсчета:

- 90.2.1. «Себестоимость продаж услуг гостиницы»
- 90.2.2. «Себестоимости продаж услуг ресторана»

3. На счете 90 «Продажи» субсчет 9 «Прибыль (убыток) от продаж»:

– 90.9.1. «Прибыль (убыток) от продаж услуг гостиницы»

– 90.9.2. «Прибыль (убыток) от продаж услуг ресторана»

Таким образом, данные рекомендации позволят организовать контроль в деятельности гостиничного бизнеса, четко разделять виды деятельности, проводить комплексный анализ по видам деятельности, выявлять недостатки, тем самым увеличивать прибыль гостиничного комплекса в целом.

### Список литературы

1. Гостиница: нюансы учета. – URL: <https://www.buhgalteria.ru/article/gostinitsa-nyuansy-ucheta> (дата обращения: 13.11.22).

2. Особенности ведения бухучета в гостинице: а в ресторане... – URL: <https://www.buhsoft.ru/article/614-osobennosti-vedeniya-buhucheta-v-gostinice-a-v-restorane> (дата обращения: 13.11.22).

3. Столярова О. А., Щербина Н. С. Особенности организации учета в гостиничном бизнесе Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 10 (114). – С. 884-887. – URL: <https://moluch.ru/archive/114/29755/> (дата обращения: 13.11.22).

Diana Ildusovna Khairullina,  
PhD in Economics, Associate Professor,  
Safina Aliya Damirovna,  
Student,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### HOTEL COMPLEX RESTAURANT: ACCOUNTING FEATURES

**Abstract.** The hospitality industry, as well as the range of services they provide, is developing every year. Practically no hotel exists without restaurants. The variety of types of food provided by restaurants affects the organization of accounting. The article considers the specifics of the activities of restaurants at hotels, the peculiarities of accounting, and also offers recommendations on the organization of separate accounting of income and expenses.

**Keywords:** services, accounting, calculation, income and expenses

УДК 392

Алия Рифатовна Хамидуллина,  
Методист,  
Муниципальное автономное учреждение культуры  
«Межпоселенческий культурно – досуговый центр»,  
Янаул, Россия,  
Гульзирак Хамзеевна Калимуллина,  
к. пед. н., доцент,  
Казанский государственный институт культуры,  
Казань, Россия

### РОЛЬ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ В СОХРАНЕНИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ СЕМЕЙНЫХ ТРАДИЦИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА

**Аннотация.** В статье рассматривается вопрос сохранения семейных традиций гостеприимства, теряющих свое значение в наши дни в связи с ухудшающимися социально-экономическими факторами. Охарактеризована функция семейных традиций в сохранении семей и внутрисемейных отношений, основывающихся, в том числе и на национальных обрядах и ритуалах гостеприимства. Показаны специфические традиции гостеприимства различных народов России, определяющие требования по этикету приема гостей. На примере муниципального района «Янаульский район» раскры-

та роль органов муниципальной власти в сохранении национальных семейных традиций гостеприимства путем организации массовых общественных мероприятий.

**Ключевые слова:** традиции гостеприимства, муниципалитет, поддержка, мероприятия

Проблема сохранения национальных семейных традиций гостеприимства приобретает в наши дни особую важность в связи с усилением процессов глобализации и цифровизации, практически стирающих границы между народами и государствами. Следствием данных процессов становится постепенный отход от выработанных в ходе длительной истории семейных ценностей, определяющих семейный уклад, обычаи и правила гостеприимства. Ситуация такова, что в большинстве семей, вне зависимости от их социального статуса, сегодня не сохранилась перманентная передача опыта национальных традиций приема гостей от старшего поколения к младшему.

По справедливому мнению А.Ю. Слановой, в наши дни, когда вопрос национального возрождения становится все более актуальным, задача сохранения культурных традиций приобретает особую важность, обеспечивая духовную связь поколений и передачу культурного опыта [5]. Действительно, нельзя не согласиться с тем, что проблема сохранения народных обычаев, обрядов и ритуалов в семьях сегодня стоит достаточно остро, поскольку их членам важно понимать как значение, так и историю традиций.

Особое значение в ряду национальных традиций в наши дни имеет сохранение семейных традиций гостеприимства, объединяющих людей по родственным признакам и упрочняющим узы дружбы и взаимопомощи между родственниками.

Именно семейные традиции гостеприимства представляющее собой совокупность внутрисемейных установок, идей и идеалов, как никакие другие способствуют развитию присущих определенному человеку качеств, которые отражают его положительное отношение и щедрость к принимаемым гостям [1]. В научной литературе существует множество классификаций семейных традиций гостеприимства по таким признакам как: социально-демографические, материально-экономические, территориальные и т.д. Одно из таких классификаций является разделение семейных традиций гостеприимства по национальному признаку.

Казахи всегда славилась своим гостеприимством. Каждый казах стремится выполнять одну из заповедей предков – встречать гостя, как посланника Бога.

Татары, встречая гостя, стелили на стол праздничную скатерть, подавали к душистому чаю чак-чак, щербет, липовый мед. К тому же гостей было принято не только угощать, но и одаривать подарками. По обычаю и гость отвечал тем же. В старые времена трапеза начиналась с того, что хозяин дома отрезал и подавал каждому приглашенному ломоть хлеба с солью, что символизировало гостеприимство и хлебосольство этого дома.

Эти традиции гостеприимства различных народов нашей страны на протяжении многих веков определяли порядок приема гостей в большинстве семей [2]. Но сегодня, когда статус национальных традиций теряет свое интеграционное значение, необходимо проведение специальной работы по их сохранению и укреплению, одним из эффективных способов которой может явиться их поддержка органами муниципальной власти.

Важно отметить, что такая работа уже ведется во многих регионах России, где при инициативе муниципалитетов проводятся различные мероприятия, целевой группой которых является семья и ее традиции.

Одним из наиболее распространенных направлений сохранения национальных семейных традиций гостеприимства на уровне органов местного самоуправления является разработка целостных программ, реализация которых в районных учреждениях социально-культурной сферы является важной предпосылкой популяризации, в том числе и традиционных для тех или иных народов способов приема гостей. Такие программы включают себя организацию конкурсной работы среди семей конкретной административно-территориальной единицы, предполагающей определение и демонстрацию свойственных для той или иной национальности форм гостеприимства. Подобные конкурсы пока еще довольно редки в связи со сложностью их организации (ввиду необходимости отбора большого количества участников). Тем не менее распространение опыта проведения таких конкурсов и их поддержка на



региональном уровне, могут способствовать дальнейшему продвижению данного способа воспроизводства национальных семейных традиций гостеприимства.

Существенно более развитым способом пропаганды традиций приема гостей является проведение массовых мероприятий с привлечением представителей национальных общественных организаций, так как их непосредственное участие сохраняет и продвигает традиции и культуру народа. Наиболее популярными мероприятиями в нашем районе являются гостеприимный чум, фестиваль «Содружество народов», национальная гостиная.

Общественно-значимое мероприятие гостеприимный чум, проводится на базе какого-либо районного учреждения культуры. Сущность мероприятия заключается в том, что каждый его участник представляет свою семью, говорит о ценностях ячейки общества, о том, что каждая семья должна знать свои корни. В ходе мероприятия родовые кланы демонстрируют особенности воспитания, показывают кухню, игры, традиции, обычаи гостеприимства [3]. В обмен организаторы рассказывают о своих традициях.

Фестиваль «содружество народов» (фольклориада) – это мероприятие своеобразного семейного фольклорного творчества, где все освоено на взаимном уважении, гармонии и общении между народами мира. Представитель каждой национальности встречает гостей в юртах своими обрядами и традициями, угощает их своими национальными блюдами. Во время мероприятия участники тесно общаются и взаимодействуют между собой посредством музыки, декоративного искусства и ремесел, народных игр и традиций.

Телемероприятие «Национальная гостиная», проводится в министудии, куда приглашается представитель какой-либо общественной национальной организации, и рассказывает о семейных традициях гостеприимства своего народа. Позднее данный видеоматериал выкладывается в социальные сети и каждый человек, интересующийся вопросами гостеприимства, может ознакомиться с ним.

Кроме этих мероприятий в рамках Муниципального района «Янаульский район» осуществляется и грантовая поддержка национальных семейных традиций гостеприимства, средства которой направляются на реализацию отдельных проектов в данной области.

Таким образом, можно сделать ряд выводов:

- задача сохранения национальных семейных традиций гостеприимства в наши дни приобретает особую актуальность, поскольку мировые процессы глобализации постепенно снижают их значение в жизнедеятельности общества;
- национальные семейные традиции гостеприимства присутствуют в культуре каждого народа, особенности которой требуют своего учета в ситуациях межнационального общения;
- роль муниципальной власти в сохранении национальных семейных традиций гостеприимства заключается в организации целенаправленной поддержки и организации массовых общественных мероприятий, направленных на популяризацию данных аспектов функционирования современной семьи.

### **Список литературы**

1. Алимова Б.М., Мусаева М.К. Функции семьи: традиции и современное состояние // Вестник Института истории, археологии и этнографии. – 2016. – № 4 (48). – С. 140–149.
2. Герасимов О.М. Семья и народные традиции (фольклорные традиции в городской семье) // The Scientific Heritage. – 2021. – № 78-5 (78). – С. 3–5.
3. Куулар С.С.В. Ценностные приоритеты современной тувинской семьи: опыт исследования // Мир науки, культуры, образования. – 2020. – № 6 (85). – С. 40–42.
4. Рахматзод Б. Гостеприимство, обряды и традиции // Вестник культуры. – 2018. – № 4 (44). – С. 37–45.
5. Сланова А.Ю. Воспитательное значение института гостеприимства у северокавказских народов (XVIII–XIX вв.) // Педагогический журнал. – 2019. – Т. 9. – № 5-2. – С. 525–531.

Aliya Rifatovna Khamidullina,  
Methodologist,  
Municipal autonomous cultural institution "Inter-settlement cultural and leisure center",  
Yanaul, Russia,  
Kalimullina Gulzirak Khamzeevna,  
PhD in Pedagogy, Associate Professor,  
Kazan State Institute of Culture,  
Kazan, Russia

## THE ROLE OF MUNICIPAL POWER IN PRESERVING NATIONAL FAMILY TRADITIONS OF HOSPITALITY

**Abstract.** The article examines the issue of preserving family traditions of hospitality, which are losing their importance these days due to deteriorating socio-economic factors. The function of family traditions in preserving families and intra-family relations, based, among other things, on national rituals and rituals of hospitality, is characterized. The specific traditions of hospitality of various peoples of Russia are shown, defining the requirements for the etiquette of receiving guests. Using the example of the Municipal District "Yanaulsky District," the role of municipal authorities in preserving the national family traditions of hospitality by organizing mass social events was revealed.

**Keywords:** traditions of hospitality, municipality, support, events

УДК 331.108

Даниил Витальевич Чугреев,  
студент,  
Ангелина Игоревна Бурдаева,  
студент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

**Аннотация.** Сервис размещения гостей – одна из важнейших туристских услуг. Она является основной специализацией гостиницы. Клиенты-адресаты гостиничных услуг часто сталкиваются с проблемами обслуживания. В данной работе рассмотрены основные причины возникновения таких проблем. Проанализирован ряд отзывов гостей отелей, выявлен ряд характерных трудностей. Рассмотрены способы разрешения управленческих проблем.

**Ключевые слова:** гостиничный бизнес, персонал, управление, сервис, конкурентоспособность

В наше время индустрия гостеприимства – это одна из наиболее значимых и быстро развивающихся отраслей экономики. Гостеприимству отводится в гостиничном бизнесе центральная роль [1. С. 30].

Гостиничная индустрия в основном специализируется в предоставлении одной из важнейших туристских услуг – сервиса размещения гостей. Иногда, в гостиничное дело подключаются разнообразные услуги за дополнительную плату: питание, организация развлекательных программ и мероприятий, автотранспортные услуги. Тем самым можно сказать, что все гостиничные услуги и сервисы презентуются в форме единого пакета сопутствующих услуг для сопровождения туристов [2. С. 92].

На сегодняшний день индустрия гостеприимства, в части услуги размещения, составляет разные средства общественного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, хостелы, рассчитанные на различные сегменты клиентов [3. С. 59].

Основной принцип гостиничного бизнеса представляет собой всю деятельность, включая в себя: продажу услуг, качество которых напрямую зависит от персонала гостиниц.

В первую очередь, в гостинице, регулирование качеством предоставленных услуг должно рассматриваться как единая система целевого влияния, и представлять собой огромную взаимосвязанную систему. Руководство персонала в гостиничном бизнесе России характеризуется большими и широкими проблемами, связанные в первую очередь с неудовлетворенностью гостями коллективными чертами внешней и внутренней среды.

Постояльцы гостиниц и отелей ежедневно пересекаются с проблемами обслуживания, которые на первый взгляд могут оказаться не связанными друг с другом: не улыбка на портье на входе в гостиницу, неумение принять заказ у гостя, неубранная в номере ванная комната, сломанная розетка [4. С.170].

Все эти недостатки связаны между собой. Культ неэффективности в гостиничном бизнесе в наше время делает свою авторскую философию «пусть будет, как будет», активизируя и включая выше сказанные проблемы в себя для зарождения проблем в управлении качеством обслуживания. Эти проблемы можно и нужно уметь систематизировать.

Гостиничный бизнес чаще всего сталкивается с банальными и на первый взгляд очевидными проблемами в управлении персоналом, которые следует оперативно устранять. Рассмотрим основные причины:

1. Текучесть кадров и сдерживание персонала.
2. Квалификация и опыт сотрудников.
3. Взаимодействие разных служб и командная работа.
4. Программы мотивации и формирования персонала.

Несовершенство статистической информации о функционировании гостиничного бизнеса не позволяет представить целостную картину современного состояния отечественного гостиничного хозяйства, а используемые способы и методы сбора и обработки статистических данных, существенно усложняют анализ, сложившихся в России обстоятельств по сравнению с другими странами и регионами.

Проведем качественное исследование управления персоналом в гостиничном бизнесе города Казани. Рассмотрим статистику пяти-, четырех- и трехзвездочных отелей и гостиниц Казани, и проанализируем проблемы управления персоналом в данных гостиницах, на основании отзывов о качестве обслуживания. В Казани насчитывается 50 отелей, относящихся к категории трехзвездочных отелей. Около 25 отелей, которые подходят под категорию четырехзвездочных отелей, а также же шести отелей, которые считаются пяти звездочными по данным сайта 101hotels.com [5].

Начнем анализ отелей с категории трех звезд. По оценкам постояльцев, были выявлены следующие проблемы в управлении персоналом гостиниц-предоставленной категории:

- обслуживание в кафе и качество завтрака неудовлетворительное;
- некачественная уборка в номере, грязный балкон;
- в номере подтекает сантехника;
- уставший персонал;
- незнание персоналом территории отеля;
- отсутствие консьержа;
- отсутствие персонала на месте;
- персонал не решает проблемы, «убегает» от вопросов;
- персонал не реагирует на замечания.

Приведем ряд отзывов гостей данной категории гостиниц:

– «Персонал неквалифицированный, на ресепшн девушка не могла найти один из двух номеров с одного аккаунта, утверждая, что мы ошиблись, хотя у нас на руках было подтверждение. При этом номера в отеле были, а время было за полночь, то есть девушка могла сразу нас нормально заселить, но предпочла сделать замечание»;

– «Лифт есть, но останавливается между этажами, а персонал не помогает с сумками, поэтому чемоданы свои нужно носить на своем горбу. На ресепшене меня два раза настойчиво пытались обсчитать. Внимательно проверяйте расчеты и следите за персоналом»;

– «Помещения под ресторан гостиницы малы. Из 4 ночей пребывания дважды обнаруживала свой номер незакрытым после уборки. Это позор – иметь такой некомпетентный персонал. Ну и вишенка на торте: горничная позаимствовала мой крем – просто пальцем вычистила его из баночки».

На основе представленных отзывов постояльцев, мы можем констатировать тот факт, что в трехзвездочном отеле недостаточно времени уделяется проверке качества персонала, а также качества сервиса.

Дальше проанализируем степень и уровень обслуживания отелей 4 звезды. По оценкам были обнаружены следующие проблемы, связанные с персоналом:

- неудовлетворительное обслуживание в кафе и качество завтрака;
- некачественная уборка в номерах;
- персонал «убегает» от вопросов и редко, когда их решает;
- не клиентоориентированный персонал.

Рассмотрим некоторые отзывы гостей четырехзвездочных гостиниц:

– «Не знаю, что работница отеля делала с номерами после нашего выезда. Такого обмана и злоупотребления доверием от отеля такого уровня мы не ожидали. Не рекомендуем к посещению этот отель. В случае экстренных ситуаций, навстречу персонал не пойдет и для своей выгоды введет в заблуждение»;

– «За годы работы сервис в отеле стал хуже, интерьер затерся. Не очень понравились завтраки, скудно и плохо работает персонал ресторана, не успевают обслуживать. В номерах нет лосьона для тела, вечная проблема этого отеля парковка, нужно далеко идти»;

– «Очередь на ресепшен при заселении. Персонал «никакой», просьбы на ресепшен не имели никакого эффекта. Более чем скромные завтраки и качество пищи – «спасибо что не отравили», омлет приносили со следами гари от сковородки. Слои пыли в ресторане не в самых труднодоступных местах, они тупо видны. Очень шумная вечеринка на террасе закончилась даже в 24.00, спать не реально и персонал на ресепшен ничего не мог ответить вразумительного».

На основе выше представленных отзывов можно сделать вывод что в этой категории отелей и гостиниц уделяется также недостаточно времени на контроль обсуживающего персонала, а также за персоналом на ресепшене.

В заключение проведем анализ управления персоналом в пятизвездочном отеле. По оценкам с сайта [www.tripadvisor.ru](http://www.tripadvisor.ru) [6] были обнаружены следующие проблемы, связанные с персоналом:

- негостеприимный и грубый персонал;
- наглое и хамское отношение с гостями со стороны персонала ресепшена;
- нехватка персонала, ничего не успевают;
- ужасная уборка номеров.

Рассмотрим впечатления гостей пятизвездочного отеля:

– «Отдыхали в этом отеле уже много лет, но в последний наш визит я просто был в шоке от наглости персонала и хамского поведения. Забронировали номер, приехали в отель из другого города, а нам говорят, что у нас якобы долг за предыдущие годы и заселять до оплаты не будут, потом все-таки заселили в номер класса стандарт»;

– «Над работой персонала нужно работать, ресепшн – это лицо отеля, девушки должны улыбаться, общаться с гостями, предлагать услуги, дать понять гостю, что рады видеть»;

– «Есть не очень приятный нюанс: персонал в ресторане напрочь лишен эмоций. Официанты молча снуют по залам, без улыбок, без "Доброе утро". Даже на твое приветствие отвечают нехотя. Единственная цель – побыстрее убрать за гостями. Тарелки выхватывают чуть не из-под носа. Доходило до смешного: положили на тарелки еду, поставили на стол, ушли за напитками. Приходим – тарелок нет, за столом сидят другие люди!!!»

Таким образом, несмотря на разнообразную категорию отелей, можно констатировать, что все они в той или иной мере сталкиваются с некачественной работой персонала. Это позволяет сделать вывод о недостаточно эффективном управлении персоналом в части

таких направлений, как подбор и адаптация, мотивирование и профессиональная подготовка сотрудников.

Выявленные проблемы нужно устранить для повышения качества обслуживания клиентов. На наш взгляд, отелям и гостиницам нужно принять ряд решений, которые позволят изменить существующую ситуацию в лучшую сторону, для роста конкурентоспособности на рынке и улучшения репутации. Например, на наш взгляд, нужно сделать индустрию гостиничного бизнеса более привлекательной сферой для профессионального развития и карьерного роста персонала. Для осуществления данной идеи нужно провести следующие мероприятия:

- создание специального единого приложения для отелей, где будет собрана вся актуальная информация для отелей, где можно будет прочитать всю актуальную информацию и методики, а также разговорные шаблоны для рабочего персонала;
- составление и разработка мастер-классов по профилям и программ тимбилдинга для сближения персонала гостиниц;
- применение индивидуальных задач и миссии, достижение их понимания любой службой и сотрудниками;
- формирование коллективной культуры гостиничного бизнеса;
- разработка календаря корпоративных, информативных и командообразующих мероприятий для персонала.

Следуя данным мероприятиям и задачам, мы сможем добиться роста конкурентоспособности наравне с зарубежными странами и улучшим имидж гостиничного бизнеса нашей страны.

### Список литературы

1. Елканова Д.Е., Осипов Д.А. Основы индустрии гостеприимства: учебник для вузов. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 264 с.
2. Стахова Л.В. Основы туризма: учебник для вузов. – М.: Литрес, 2022. – 326 с.
3. Николенко П.Г., Шамин Е.А. Гостиничная индустрия: учебник для СПО. – М.: Юрайт, 2019. – 449 с.
4. Шкуропат С.Г. Гостиничное дело: учебник. – СПб.: Издательский Дом «Питер», 2021. – 336 с.
5. Отели Казани. – URL: <https://101hotels.com/> (дата обращения: 23.09.22).
6. Сайт Трипадвизор. – URL: <https://www.tripadvisor.ru> (дата обращения: 23.09.22).

Daniil Vitalievich Chugreev,  
Student,  
Angelina Igorevna Burdayeva,  
Student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

### PROBLEMS OF PERSONNEL MANAGEMENT IN HOTEL BUSINESS

**Abstract.** The guest accommodation service is one of the most important tourist services. It is the main specialization of the hotel. Clients-recipients of hotel services often face service problems. In this paper, the main causes of such problems are considered. A number of hotel guest reviews have been analyzed, and a number of characteristic difficulties have been identified. The ways of solving management problems are considered.

**Keywords:** hotel business, personnel, management, service, competitiveness

Эльмира Шамилевна Шаймиева,  
д. э. н., доцент,  
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## **ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА И КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ: ФОКУСИРОВАНИЕ АКЦЕНТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

В исследовании поставлены вопросы соотнесения индустрии гостеприимства с креативными индустриями на основе существующих на актуальный момент исследования результатов исследований ведущих российских авторов в области индустрии туризма и гостеприимства, нормативно-правовых документов, проектных исследований [1].

В исследовании А.Н. Полухиной исследуются вопросы, связанные с обеспечением экономической безопасности в сфере туризма и гостеприимства в России, в том числе, с периода COVID-19 [2]. Автором ставится вопрос о возможности обеспечения экономической безопасности в сфере туризма и гостеприимства в России в связи с принятием Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» [3] В работе Цепиловой Е.С. исследуется вопрос соотнесения туристской индустрии с общероссийской классификаций кодов видов экономической деятельности ОКВЭД в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» [4]. В работе Цепиловой Е.С. выделены следующие двадцать видов ОКВЭД-2: 01.70, 55.10, 55.20 и др. [5]<sup>11</sup>

В «Атласе креативных индустрий в Российской Федерации» (далее – Атлас) под «креативными индустриями» понимается «...экономический сектор, включающий взаимозависимые и взаимопроникающие отрасли в области исследований, разработки и производства товаров и услуг, которые берут начало в индивидуальном творчестве, навыках и талантах и которые обладают потенциалом для обогащения и создания рабочих мест за счет создания и использования интеллектуальной собственности» [1. С. 34-36]. Данное определение совпадает с термином креативных индустрий в «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» [7]. Среди выделенных в Атласе тридцати пяти отраслей креативной индустрии к индустрии гостеприимства как составляющей креативных индустрий к креативным индустриям отнесен «Туризм» (79.1, 79.11, 79.12) [8, 9]. Возникает необходимость формирования понятия индустрии гостеприимства и туризма как (составляющей) креативной индустрии (на основе ОКВЭД), также выделения групп видов экономической деятельности, которые косвенно влияют на развитие индустрии туризма и гостеприимства с точки зрения развития креативных индустрий. В частности, к такой группе – согласно

---

<sup>11</sup> 01.70 Охота, отлов и отстрел диких животных, включая предоставление услуг в этих областях. 55.10 Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания. 55.20 Деятельность по предоставлению мест для краткосрочного проживания. 55.30 Деятельность по предоставлению мест для временного проживания в кемпингах, жилых автофургонах и туристических автоприцепах. 55.90 Деятельность по предоставлению прочих мест для временного проживания. 77.21 Прокат и аренда товаров для отдыха и спортивных товаров 79.11 Деятельность туристических агентств. 79.12 Деятельность туроператоров. 79.90 Услуги по бронированию прочая и сопутствующая деятельность. 91.02 Деятельность музеев. 91.03 Деятельность по охране исторических мест и зданий, памятников культуры. 91.04 Деятельность ботанических садов, зоопарков, государственных природных заповедников и национальных парков. 92.11 Деятельность казино. 92.12 Деятельность залов игровых автоматов. 92.13 Деятельность по организации заключения пари. 93.11 Деятельность спортивных объектов. 93.12 Деятельность спортивных клубов. 93.19 Деятельность в области спорта прочая 93.21 Деятельность парков культуры и отдыха и тематических парков. 93.29 Деятельность зрелищно-развлекательная прочая [4. С. 83-84].

Атласу – могут быть причислены следующие группы ОКВЭД: архитектура (71.11), музеи и галереи (91.02), ботанические сады (91.04), вино и гастроиндустрия (11.01.1, 11.01.2), спорт (93.1, 93.11, 93.12, 93.13). Данные предложения позволят развивать цифровые платформы в индустрии гостеприимства, что сформирует тренд для реализации программы цифровой экономики в РФ, развития креативных индустрий [10, 11].

### Список литературы

1. Агентство стратегических инициатив Атлас креативных индустрий в Российской Федерации // Центр городских компетенций АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». – М., 2021. – 555 с.
2. Полухина А.Н. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» как модель формирования экономической безопасности сферы туризма России // Инновационное развитие экономики. – 2021. – № 6 (66). – С. 299-307.
3. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» // сайт ФА по туризму. – URL: Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». – Ростуризм (tourism.gov.ru) (дата обращения: 10.11.22).
4. Цепилова Е.С. Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа и туристско-рекреационные кластеры как инструменты развития туризма // Финансовые исследования. – 2021. – № 3 (72). – С. 80–91.
5. Официальный сайт компании Бухпрофи – Ведение Бухгалтерского и Налогового учета Российских и Иностранских компаний [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/opendata/7708234640-okved2> (дата обращения: 10.11.22).
6. Белокрылова О.С., Дубская Е.С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России // Terra Economicus. – 2013. – Т. 11. – № 4-2. – С. 5–11. [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_21240476\\_93961312.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_21240476_93961312.pdf) (дата обращения: 10.11.22).
7. Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (утв. Правительством Российской Федерации). Распоряжение от 20 сентября 2021 г. – № 2613-р. – URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения: 10.11.22).
8. Гумерова Г.И., Шаймиева Э.Ш. Интеллектуальная составляющая российских креативных индустрий в период их становления: на основе библиометрического анализа // Вестник Воронежского государственного университета. – Серия: Экономика и управление».
9. Ангелова О.Ю., Подольская Т.О., Чепьюк О.Р. Цифровая креативная индустрия: на пути к экономике «эмоций» // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – Серия: Социальные науки. – 2019.- № 2(54).- С. 38–43. [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_39264151\\_75067574.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_39264151_75067574.pdf) (дата обращения: 10.11.22).
10. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – Т. 13. – № 3(85). – С. 34–47.
11. Кабелкайте-Вайткене Ю.А. Цифровая трансформация бизнес-моделей в современной индустрии гостеприимства // Инновационный потенциал цифровой экономики: состояние и направления развития: сборник научных статей Международной научно-практической конференции. – Курск, 2021. – С. 183–187. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47223369> (дата обращения: 10.11.22).

Elmira Shamilevna Shaimieva,  
Doctor of Economics, Associate Professor,  
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,  
Kazan, Russia

## HOSPITALITY INDUSTRY AND CREATIVE INDUSTRIES: FOCUSING RESEARCH ACCENTS IN THE FIELD OF DIGITAL ECONOMY MANAGEMENT

УДК 379.851

Шевырин Сергей Андреевич,  
к. и. н., доцент,  
Тайсина Валерия Рустамовна,  
студент,  
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет,  
Пермь, Россия

### ТУР ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ «БОГАТЫРИ ПЕРМИ ВЕЛИКОЙ» КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ПАТРИОТИЗМА И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ

**Аннотация.** В статье раскрывается содержание культурно-познавательного тура «Богатыри Перми Великой». При разработке содержания названного тура большое внимание было уделено краеведческому компоненту. При этом в программу тура органично вплетены предания о былинных героях русских, коми-пермяцких, тюркских народов с объектами трудовой и военной доблести пермяков – героев Великой Отечественной Войны. Предлагаемый тур, несомненно, выступает средством формирования патриотизма и межкультурной толерантности, о чем детально повествуется в представленной ниже статье.

**Ключевые слова:** культурно-познавательный туризм, краеведение, история, Великая Отечественная война, патриотизм, межкультурная толерантность

В 2022 г. пермской турфирмой «Центр туристско-экскурсионной деятельности» (ТЭДитур) был разработан новый маршрут «Богатыри Перми Великой». Этот маршрут разработан для школьников Пермского края и включает в себя знакомство с русскими, коми-пермяцкими и тюркскими народами, проживающими на территории края, через сохранившиеся истории, легенды и былины. Данный тур был поддержан региональным проектом «Повышение доступности туристических продуктов». Пермское краевое министерство туризма выделило средства для путешествий школьников [4]. В реализации этого проекта приняли активное участие студенты Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета (отделение «туризм»). Студенты сопровождали группы школьников по маршруту, учились размещать их в гостинице, вовремя приехать к пункту питания на обед, организовать школьников на игры и внимательное слушание экскурсий. Такая практика очень важна для студентов и проходит после курса «Туристско-рекреационное проектирование» и «Анимация в туризме», т.е. студенты могут на практике отработать полученные теоретические знания. Преподаватели также включились в проект в качестве разработчиков экскурсий и экскурсоводов. Параллельно идет подготовка студентов к самостоятельному проведению экскурсий.

При разработке содержания тура, которое выражается в тематике и содержании экскурсий, значительное внимание было уделено краеведческому компоненту. Знание местной истории, несомненно, воспитывает патриотизм, гордость за свою малую Родину, и дает представление о многочисленных народах, которые, несмотря на свои традиционные особенности, мирно проживают на территории Пермского края. Современный этнокультурный мир Пермского края включает в себя более 100 национальностей. Это представители тех народов, которые давно освоили территорию Пермского Прикамья, – коми-пермяки, удмурты, марийцы, русские, татары и башкиры, и представители народов прибывших в край во



времена советских миграционных процессов в XX веке – белорусы, немцы, поляки и другие [5, с. 22]. Основными народами Пермского края являются русские, тюрки (татары и башкиры) и финно-угры (коми-пермяки, марийцы, удмурты). Именно на легендах этих народов решено было построить тур «Богатыри Перми Великой». Особенно это актуально стало после выхода художественного фильма «Сердце Пармы», в котором в несколько мифологизированном виде описываются пармские и русские богатыри во времена присоединения территории западного Урала к Руси. Это легенды о богатырях Полюде и Ветлане, Кудым-Оше и Пере [1, с. 93–97; 111–113].

В преданиях всех народов имеются сведения о богатырях – реальных и мифических, сотворенных народным эпосом. У богатырей разных народов имеются сходные черты – смелость, отвага, благородство, бескорыстие и др. Богатыри защищают свою Родину и народ от иноземных врагов и несправедливости. Несомненно, эти качества актуальны и сейчас. Воспитание на примере былин, легенд, мифов о богатырях может быть очень действенным для подрастающего поколения, особенно для младших школьников и школьников среднего звена. Изначально задумывалось, что в экскурсионный рассказ будут включены не только былинные богатыри, но и люди, много сделавшие для Пермского края, России – изобретатели и ученые («богатыри» мысли), первопроходцы и исследователи новых земель, защитники Отечества. Над этой темой уже несколько лет работают студенты педагогического университета [2].

Тур включает в себя посещение города Перми с экскурсией, специально разработанной для этого тура. В основу экскурсии легли объекты показа, связанные с трудовой и военной доблестью пермяков – это в основном опозитизированные образы жителей пермского края. Вот, например, как описал А.П. Чехов жителей Мотовилихи: «Здесь люди внушают проезжему нечто вроде ужаса. Скуластые, лобастые, с громадными кулачищами. Родятся на местных чугунолитейных заводах, и при рождении их присутствуют не акушеры, а механики. Входит в номер с самоваром или графином и того гляди убьет. Я сторонюсь» [6]. Эти «скуластые и лобастые» люди ковали не одну победу на пушечном заводе и на фронтах разных войн. Именно мотовилихинцы сконструировали в самое короткое время в годы Великой Отечественной войны самоходные артсистемы СУ-152 и ИСУ-152. В это же время была доработана 152 мм пушка для тяжелого танка «КВ», производимого в Челябинске. Эти самоходки и танки впервые приняли участие в боях на Курской дуге, где немцы также применили свои новые разработки – танки «Тигр» и «Пантера». Выстрел из мотовилихинских 152 мм пушек срывал башни с «Королевских Тигров» и «Пантер». Мотовилихинец В.В. Ячейкин писал в 1944 г. с фронта домой: «...Сдерживаем плацдарм. Немцы возлагают на этот участок большие надежды, по существу, это уже ворота в Германию. Поэтому они стянули сюда много своих еще не потрепанных дивизий пехоты и много танковых бригад. Особенно тяжелых танков типа «Т-6» (Тигр) и типа «Т-Б» (Королевский тигр). Последнее мне приходилось видеть собственными глазами. Эта «дурочка» имеет весу 68 тонн, броня лобовая больше, чем у «тигра», а бортовая такая же, как у «тигра». Но и этого великана берут наши пушки. Наша Молотовская пушка 152 мм делает в ней прямо, можно сказать, ворота...» [3, с.166–167].

После экскурсии по Перми группа едет в архитектурно-этнографический музей «Хохловка», где знакомится с подвигами русских и коми-пермяцких богатырей – Полюд и Ветлан (защитники русских городов на севере Пермского края), богатыри народа коми – Кудым-Ош и Перея – защитники народа и основатели первых городов. В музее кроме экскурсии организуются народные игры – на силу и ловкость.

На следующий день группа едет в татаро-башкирское село Башкултаево. По дороге проводится путевая экскурсия, рассказывающая о тюркском заселении Урала и богатыре Урал-батыре и ставшем фактически былинным героем – Салавате Юлаеве. В Башкултаево группа посещает школу и школьный музей, знакомится с тюркскими обрядами и словами, а на мастер-классе школьники учатся делать колчан для стрел, украшенный национальным орнаментом. Затем башкултаевские школьники ведут экскурсию по селу и организуют не-

сколько состязаний – по отгадыванию названий деталей амуниции средневекового воина, метанию копья.

В итоге за два дня школьники знакомятся с реальными и былинными героями, богатырями и начинают понимать, что и в современном мире есть место для подвига и богатырем может быть не только былинный персонаж, но и наш современник. Также дети узнают об этническом многообразии нашего края и учатся уважительно относиться ко всем национальностям с их традициями и особенностями.

На данный момент проведено несколько таких туров для детей из разных уголков Пермского края. По итогам тура школьники заполняют анкету, где есть вопрос – что понравилось больше всего. Многим понравилось проживание в гостинице в центре Перми – для многих это был первый опыт путешествия с ночевкой в гостинице, и, конечно, все отмечают активности в ходе тура – игры в музее «Хохловка», состязания в Башкултаево. Многие отметили, что для них были открытием истории про местных (коми-пермяцких) и татаро-башкирских богатырей-батыров. Проект продолжается и сейчас, и мы надеемся, что активное общение школьников из разных территорий края и погружение в национальные культуры сформирует толерантное отношение к разным культурам. А новые знания об истории края, о подвигах, совершенных нашими предками, несомненно, сыграют свою роль в формировании патриотизма подрастающего поколения.

### Список литературы

1. Бординских Г. Пермь Великая – Terra Incognita: рассказы по истории. – СПб., 2014. – 188 с.
2. Гилева Э.М., Шевырин С.А. Военно-исторические экскурсии как средство воспитания патриотизма // Индустрия туризма и гостеприимства: состояние, проблемы, перспективы развития: сборник Всероссийской студенческой интернет-конференции с международным участием, посвященной 80-летию ДВГУПС и 15-летию кафедры «Международные коммуникации, сервис и туризм», Хабаровск, 2 марта 2018 года / под ред. Л. М. Курбановой. – Хабаровск: Дальневосточный государственный университет путей сообщения, 2018. – 345 с. – EDN YPULGP (дата обращения: 22.01.2023).
3. Огни Мотовилихи. Страницы документов истории завода. – Пермь, 1996. – 224 с.
4. Путешествия школьников по туристическим маршрутам Пермского края // Путешествия школьников по туристическим маршрутам Пермского края. – Муниципальные новости. – Новости, объявления, события. – Верещагинский городской округ Пермского края. – URL: [veradmgo.ru](http://veradmgo.ru) (дата обращения: 22.01.2023).
5. Черных А. В. Основные этапы этнической истории Прикамья в XVI–XXI вв. // Этнический мир Прикамья. Библиографический указатель. – Пермь: Реал, 2003. – 492 с.
6. Чехов А. П. Письмо Чеховым, 29 апреля 1890 г. Екатеринбург. – URL: <http://chehov-lit.ru/chehov/letters/1890-1892/letter-813.htm> (дата обращения: 22.01.2023).

Sergey Andreevich Shevyrin,  
Ph.D., Associate Professor,  
Valeria Rustamovna Taisina,  
Student,  
Perm State University of Humanities and Pedagogy,  
Perm, Russia

## **TOUR FOR SCHOOLCHILDREN "HEROES OF PERM THE GREAT" AS A MEANS OF FORMING PATRIOTISM AND INTERCULTURAL TOLERANCE**

**Abstract.** The article reveals the content of the cultural and educational tour "Heroes of Perm the Great". When developing the content of the named tour, much attention was paid to the local history component. At the same time, the tour program organically intertwines legends about epic heroes of the Russian, Komi-Permian, Turkic peoples with objects of labor and military valor of the Permian heroes of the Great Patriotic War. The proposed tour undoubtedly acts as a means of forming patriotism and intercultural tolerance, which is described in detail in the article below.

**Keywords:** cultural and educational tourism, local history, history, the Great Patriotic War, patriotism, intercultural tolerance

**УДК 338.48**

Юлия Дмитриевна Богданова,  
студент,  
Евгения Анатольевна Петрова,  
к. э. н., доцент  
Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова,  
Казань, Россия

## **СИСТЕМА РЕГУЛИРОВАНИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА МЕСТНЫМИ ОРГАНАМИ ВЛАСТИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН**

**Аннотация.** Предмет исследования данной статьи – специфика реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» на уровне субъекта Российской Федерации – Республики Татарстан. Проанализирован большой массив статистических данных. Изучен и описан опыт деятельности органов местного самоуправления РТ. Сделаны выводы о современном состоянии системы регулирования сферы туризма местными органами власти Татарстана.

**Ключевые слова:** туризм, туристический поток, национальный проект, туристический кластер, глэмпинг

Несомненно, туризм играет важную роль в развитии регионов. Это связано с тем, что туризм обеспечивает приток валюты и инвестиций, улучшение инфраструктуры, а также в сфере туризма появляются новые рабочие места. Известно, что каждый регион России в 2020 г. в связи с пандемией потерял большую часть туристического потока, а вместе с ним и денежные средства, получаемые от туристов. Для того чтобы обеспечить подъем туристской сферы после пандемии, а также развить удобную и безопасную инфраструктуру для гостей и разработать новые туристические маршруты, Правительством РФ был создан национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». Семьи с детьми являются наиболее приоритетной категорией граждан в сфере туризма, именно поэтому основной задачей является обеспечение недорогого, продуктивного и интересного отдыха на обширной территории России [1].

Объектом исследования является Республика Татарстан (РТ). Будучи активным участником национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», Татарстан получил финансирование в размере 47 млн рублей из государственного бюджета по 18 направлениям. Данные средства планируется распределить на развитие сети глэмпингов, а также на создание обновленных маршрутов для туристов. В Республике планируется построить более 5 тысяч номеров в отелях, подходящих под категорию 3–4 звезды. Более того, финансирование будет направлено на обновление основных средств для длительных пассажирских перевозок.

Стоит отметить, что за 2021 г. в Татарстане закрылось 4 % мест коллективного размещения, а также 9 % заведений общественного питания. Однако по ходу реализации нацпроекта местные органы власти планируют увеличить показатель размещения в отелях, гостиницах к 2030 году, а именно повысить значение данного показателя на 11 %.

На конец 2021 г. в рамках реализации национального проекта в Республике Татарстан были достигнуты следующие показатели развития отрасли туризма.

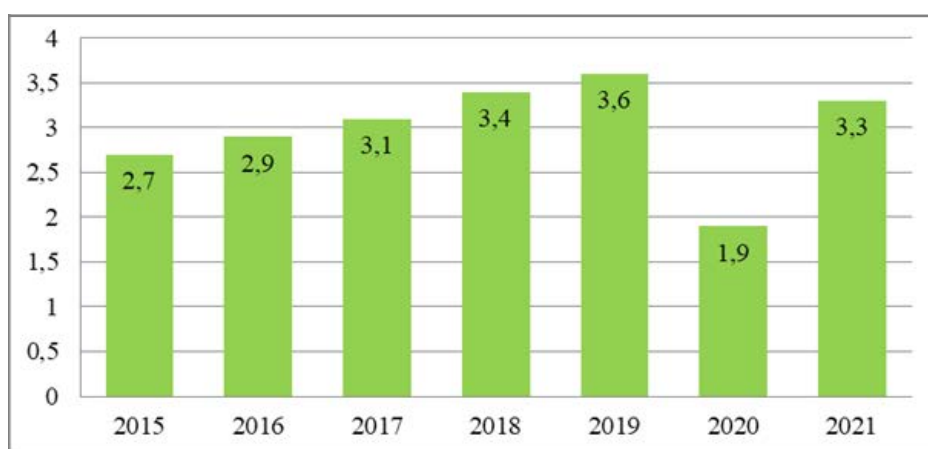


Рис. 1. Динамика турпотока Республики Татарстан, млн чел. [2, 3]

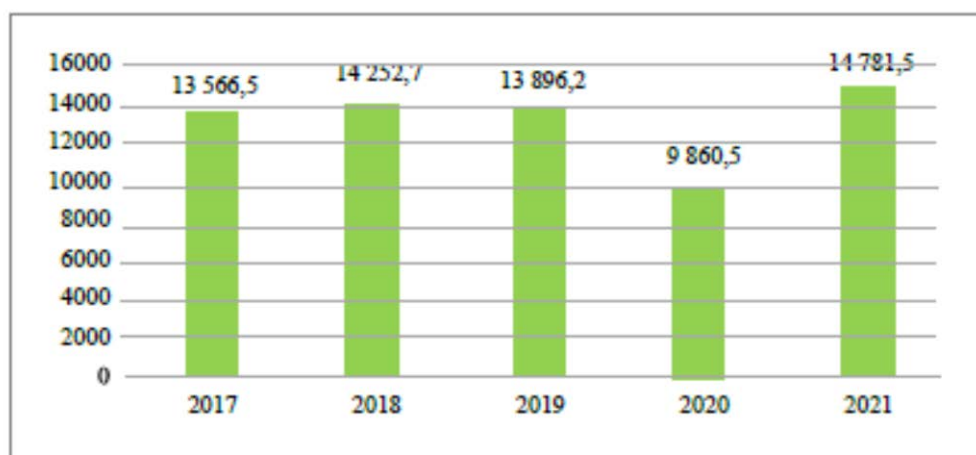
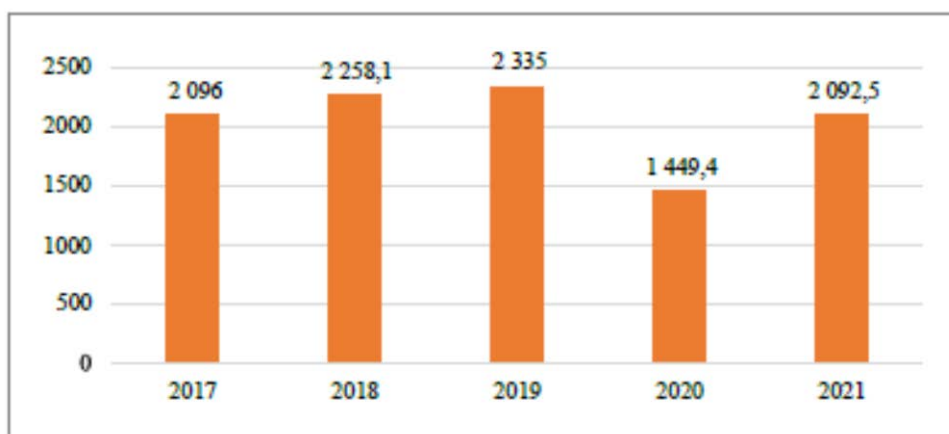


Рис. 2. Объем реализации туристских, санаторно-оздоровительных и гостиничных услуг [2, 3]



**Рис. 3. Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения, тыс. чел. [2, 3]**

В дополнение к работе по национальному проекту, в Татарстане были разработаны блоки мероприятий по восстановлению отрасли туризма. Одним из таких проектов является создание 5 туристических кластеров совместно с корпорацией Туризм.РФ.

Названиями данных кластеров являются «Волжская Булгария», «Соколка», «Свияга», «Камское Устье» и «Лаишево» [4].

Камское Устье является крупнейшим в Европе слиянием двух рек – Волги и Камы. Кластер по развитию данного туристического объекта предполагает обеспечение отдыха на природе, доступного для жителей всей России на протяжении круглого года. Кластер на площади более 5 800 га территории, обладающей экологической емкостью в 10 000 чел./сутки. В 2021г. в рамках данного кластера из государственного бюджета было выделено 155 600 тыс. руб. на финансирование обновление автомобильной дороги «Казань-Оренбург». Из бюджета региона также будут выделены средства в размере 112 675,9 тыс. руб. На благоустройство территории «Тюбетей Тауэр» в 2022 планируется выделить 141 005,6 тыс. руб., из бюджета РТ – 102 107,5 тыс. руб. [5].

Налаживание межрегионального сотрудничества является еще одной составляющей развития туризма в Татарстане. В рамках данного мероприятия был заключен договор фрахтования Москва-Казань с туроператором «TUI Россия». Чартерный рейс включает в себя

13 различных маршрутов для туристов по Приволжскому федеральному округу. Общее название маршрутов носит название «Великий Волжский путь».

Государственный комитет Республики Татарстан по туризму провел исследование, с помощью которого было определено, что основными категориями граждан, путешествующих по РТ, являются жители не только соседних регионов, но и самого Татарстана. Это связано с тем, что граждане в связи с мировой обстановкой боятся уезжать далеко от домашнего региона. Важно, что посетителями Татарстана, в основном, являются россияне, ищущие внутренние туристические маршруты, по причине невозможности путешествий за рубеж. Комитет принял на себя инициативу разработки 3 программ для удовлетворения потребностей вышеперечисленных категорий граждан. Названия данных проектов звучат следующим образом: «В гости к соседям», «1001 удовольствие за выходные» и специальное предложение «2+1» [6].

### **Список литературы**

1. В России внутренний турпоток в 2022 году может составить более 61 млн человек. – URL: <https://www.tatar-inform.ru/news/v-rossii-vnutrennii-turpotok-v-2022-godu-mozet-sostavit-bolee-61-mln-celovek-5866149> (дата обращения: 25.03.2023).

2. Рабочие места и развитие инфраструктуры: как туризм влияет на экономику регионов. – URL: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/news/rabochie-mesta-i-razvitie-infrastruktury-kak-turizm-vliyaet-na-ekonomiku-regionov> (дата обращения: 25.03.2023).

3. Сведения о развитии туризма в Республике Татарстан. – URL: <https://open.tatarstan.ru/reports/categories/12276283/reports/29399> (дата обращения 25.03.2023).

4. По соглашению С «Туризм.РФ» в Татарстане откроют пять туристических кластеров. Чернышенко призвал регионы активнее работать по национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства». – URL: <https://kazanfirst-ru.turbopages.org/kazanfirst.ru/s/news/575430> (дата обращения: 25.03.2023).

5. ТПК Камское Устье. Дингез – Море Татарстана. URL: <https://ecotourism.tatar/clusters>

6. Госкомитет Республики Татарстан по туризму подвел итоги 2020 года. – URL: <https://tourism.tatarstan.ru/index.htm/news/1913526.htm> (дата обращения: 25.03.2023).

Yulia Dmitrievna Bogdanova,  
Student,

Evgeniya Anatolyevna Petrova,  
PhD, Associate Professor,

Kazan Innovative University names after V.G. Timiryasov

## THE SYSTEM OF REGULATION OF THE TOURISM SECTOR BY LOCAL AUTHORITIES IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

**Abstract.** The subject of this article is the specifics of the implementation of the national project "Tourism and the hospitality industry" at the level of the subject of the Russian Federation - the Republic of Tatarstan. A large array of statistical data has been analyzed. The experience of the activities of local self-government bodies of the Republic of Tatarstan has been studied and described. Conclusions are drawn about the current state of the system of regulation of the tourism sector by local authorities of Tatarstan.

**Key words:** tourism, tourist flow, national project, tourist cluster, glamping

## СОДЕРЖАНИЕ

### РАЗДЕЛ I. ТУРИЗМ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ

<i>Абулханова Г. А.</i> Управление продвижением территории на примере муниципального образования «город Казань».....	3
<i>Александрова В. Р.</i> Речной туризм в Республике Татарстан .....	7
<i>Алексеева Н. Д., Жилкин Е. А.</i> Опыт реализации туристских программ в рамках студенческого туризма.....	10
<i>Антипова А. А., Кабиров И. С.</i> Студенческий туризм: приоритетное направление развития туризма в регионе .....	14
<i>Арефьева Ю. А., Кабиров И.С.</i> Продвижение туристического потенциала Республики Татарстан.....	17
<i>Галеева Д. Р., Штанчаева М. Р.</i> Актуальные проблемы практико-ориентированной подготовки специалистов индустрии туризма и гостеприимства.....	20
<i>Горинова Т. В., Хайруллина А. И., Кабиров И.С.</i> Туризм как фактор устойчивого развития территории Республики Саха (Якутия).....	23
<i>Гранкина С. В.</i> Современное состояние туристского рынка Самарской области.....	27
<i>Журова А. С., Холодильникова Ю. Е.</i> Особенности использования ресурсного потенциала территории для развития джайлоо-туризма в Оренбургской области.....	31
<i>Ильина Т. В., Васина С. М.</i> Сельский туризм в Республике Марий Эл: анализ и оценка развития.....	35
<i>Кадзаева Л. Б., Тимохович А. Н.</i> Формирование имиджа территории в эпоху цифровизации: возможности и ограничения .....	37
<i>Карпеева А. А.</i> О целевой федеральной программе по развитию туризма .....	40
<i>Киреева К. Р., Розанова Л. Н.</i> Глэмпинг как новое направление экологического туризма в Республике Татарстан .....	42
<i>Лаптев А. В., Васингина Э. А.</i> Развитие туризма в малых городах Татарстана .....	46
<i>Лукьянова В. Е.</i> «Сколково» как один из ведущих научных центров России: настоящее и будущее .....	49
<i>Лыгин Д. В., Садыкова Э. Р.</i> Развитие туристической отрасли в период мировой экономической нестабильности.....	52
<i>Максимов М. И., Плотникова В. С.</i> Доступность услуг исторического парка «Бастионъ» для людей с ограниченными возможностями здоровья.....	55
<i>Мефаева А. М.</i> Специфика развития туризма в Республике Крым .....	59
<i>Муллаянов А. Ш.</i> Влияние пандемии COVID-19 на туристическую отрасль Испании .....	63
<i>Салимов Л. Н.</i> Влияние лесных ванн на ожидаемую продолжительность жизни и экономическую активность пожилых людей .....	66
<i>Сафаргалина Р. А., Миронова А. А.</i> Кластерный подход к устойчивому развитию туризма на примере Республики Татарстан .....	69
<i>Сергухина Ю. В., Кабиров И.С.</i> Фестивальный туризм как способ привлечения туристов .....	72
<i>Соловьева А. А., Митрофанова А. В.</i> Формирование круизных маршрутов как перспективное направление развития внутреннего туризма в России .....	75
<i>Соловьева Г. В., Елисеев А. Н.</i> Устойчивое становление и развитие речного туризма на территории Республики Татарстан .....	79

<b>Таишева Г. Р., Исмагилова К. А.</b> Возможности управления сферой внутреннего автотуризма в свете антикризисного регулирования и инвестиционной политики государства .....	82
<b>Тютюнникова В. С., Тер-Григорьянц А. А.</b> Развитие туристической отрасли и ее влияние на экономику страны .....	83
<b>Уварова М. В.</b> Проект ментор-студии «Простор для путешествий» для людей с ограниченными возможностями здоровья .....	87
<b>Уварова М. В.</b> Развитие внутреннего студенческого туризма в Республике Татарстан: его социально-педагогический ресурс .....	91
<b>Уварова М. В., Бердникова Т. В.</b> Туристический эколого-оздоровительный комплекс «Твои выходные»: перезагрузка на 100 .....	94
<b>Уварова М. В., Заикина В. С.</b> Программа обучения «Туризм – будущее России» .....	97
<b>Уварова М. В., Осипова Ю. И., Харитонов Д. Е., Королев А. Е.</b> Оздоровительная усадьба для детей с ограниченными возможностями «В гостях у бабушки» .....	100
<b>Уварова М. В., Семенова Е. В.</b> Йога-тур по Камскому Устью «Крылья совершенства» .....	103
<b>Уварова М. В., Семенова Е. В., Маркова Б. А.</b> Профориентационная туристическая игра «ГУТС – Тур» .....	106
<b>Удалов Н. В., Чернышева Т. Н.</b> Разработка требований к организации экологических туров в Республике Татарстан .....	112
<b>Уткина Н. В.</b> Внутренний туризм и устойчивое развитие регионов .....	114
<b>Уткина Н. В., Кузнецова А. А., Калета К. Л., Сркеян М. Г.</b> Исследование возможностей развития историко-культурного комплекса «Михайловский редут» (с. Николаевка Пензенского района Пензенской области) .....	118
<b>Филатова М. А., Грашин С. А.</b> Туризм и устойчивое развитие региона .....	122
<b>Халиуллин А. А., Терехов П. П.</b> Социально-культурная работа с молодежью как ресурс активизации культурного потенциала территории .....	125
<b>Хаматгалеева Г. А.</b> Актуальные инновационные технологии в отрасли туризма .....	128
<b>Шамсутдинова Ю. В., Петрова Е. А.</b> Анализ туристической отрасли Республики Татарстан. Перспективы и направления развития .....	130
<b>Шумилкин М. В., Сафин Ф. М.</b> Исследование туристско-рекреационного потенциала территории (на примере Тетюшского района Республики Татарстан) .....	134
<b>Юсупова Г. Р.</b> Туристическая деятельность в РТ в период пандемии коронавируса.....	137

## РАЗДЕЛ II. АРХИТЕКТУРА, ДИЗАЙН И ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ТВОРЧЕСТВО КАК ИНСТРУМЕНТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

<b>Акчурина Д. Ф.</b> О культурном возрождении в мусульманской среде России в конце XIX – начале XX века .....	141
<b>Акчурина Д. Ф.</b> О становлении татарского национального театра .....	144
<b>Алексушин Г. В.</b> К типологии мемориальных объектов .....	151
<b>Баширрова Т. В., Трофимова Т. П., Матвеева Е. Л.</b> Архитектура и дизайн городской среды как способ развития туристической индустрии .....	154
<b>Бердникова Т. М.</b> Взаимосвязь процессов развития туризма и сохранения народных художественных промыслов на территории Татарстана .....	156
<b>Валиуллин Т. Р., Кузьмина О. С.</b> Мультимедийные технологии современного музея .....	159
<b>Валиуллин Т. Р., Бабушкина К. В.</b> Роль электронных средств массовой информации в музейном туризме (на примере Музея Казанской иконы) .....	161
<b>Евлампиева И. Ю.</b> Методика выполнения пейзажа в графической технике: сухая пастель .....	163



<b>Ефимов Д. Д.</b> Проектирование и реализация проекта Студии национальной кулинарии имени Юнуса Ахметзянова в рамках проектной лаборатории при кафедре дизайна КИУ .....	166
<b>Ефимов Д. Д.</b> Проектная концепция гостиницы в стиле купеческой архитектуры для города Чистополя .....	172
<b>Зубкова К. М.</b> Значение малых архитектурных форм для города на примере скульптуры «Водовоз» Азии Миннуллиной .....	177
<b>Зубкова К. М.</b> Методика проведения художественных мастер-классов для детей младшего и среднего школьного возраста .....	179
<b>Идрисова Л. Н.</b> Нетрадиционные техники рисования как средство художественного развития студентов-дизайнеров .....	183
<b>Ильясова Н. Р., Ефимов Д. Д.</b> Роль дисциплины «Основы проектно-компьютерной графики» в освоении профессии дизайнера .....	185
<b>Кошман М. А., Низамов Р. И.</b> Предложения по благоустройству парка «Прибрежный» для формирования устойчивого развития ядра экологического каркаса г. Набережные Челны .....	189
<b>Кошман М. А., Сафина А. Р.</b> Рекомендации по экологической оптимизации состояния озера «Ротановое» и его территории (г. Казань, ул. Голубятникова) .....	192
<b>Кошман М. А., Хузина А. Р.</b> Комплекс мероприятий по экореабилитации озера «Серово» (г. Казань, Московский район) .....	195
<b>Майорова И. М.</b> Гештальт цифрового дизайна: постановка вопросов исследования .....	198
<b>Мицаева Х. В.</b> Проектирование детских игровых площадок (ДИП): использование покрытия для обеспечения безопасности ДИП .....	201
<b>Мухутдинов Р. Ф.</b> Творческая деятельность дизайнера как средство формирования среды и создания условий для гостеприимства .....	205
<b>Низамиева Э. Р., Раузеев И. З., Фахрутдинова И. А.</b> Современные тенденции в архитектурной реновации промышленных предприятий и производственных комплексов .....	209
<b>Репницына А. Ю.</b> Архитектура, дизайн и художественное творчество как инструменты гостеприимства на Алтае .....	215
<b>Сабирзянова А. Р., Короткова С. Г., Сайфуллин И. Ф.</b> Визуальные характеристики городской среды как фактор гостеприимства .....	218
<b>Смирнова В. С., Рассадина С. П.</b> Дизайн упаковки костромских сыров .....	222
<b>Титова Е. А.</b> Мастер классы как средство оценивания по дисциплине «Академическая живопись» .....	226
<b>Фахрутдинова И. А.</b> Подходы к проектированию глэмпинга как типа архитектурной среды .....	230

### РАЗДЕЛ III. ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

<b>Гартованная Е. А., Первалова И. С.</b> Возможность использования цельнозерновой муки из селекционных сортов пшеницы в производстве макаронных изделий .....	235
<b>Задоркина М. К., Венецианский А. С.</b> Альтернативное молоко .....	239
<b>Иванова А. Е.</b> Влияние сахарозаменителей на качество хлебобулочных изделий .....	241
<b>Ладнова О. Л., Меркулова Е. Г., Горлатых А. И.</b> Изучение влияния пряностей на органолептические показатели качества овощных пюре .....	244
<b>Минакова М. В., Лаут И. В., Минаков Д. В.</b> Исследование ферментативной активности высших грибов .....	248
<b>Савинчева А. В., Рахимзянова Ю. А.</b> Современные тенденции организации питания в г. Казани .....	251

<b>Степанова Г. С., Матвеева Е. Л., Родникова Л. Ф.</b> Элементы инновационных технологий, внедряемые в систему общественного питания .....	256
<b>Трофимова Т. П., Башкирова Т. В., Матвеева Е. Л.</b> Использование программы «Шеф эксперт» в общественном питании .....	259
<b>Хайруллина Л. И., Гилязова А. Р.</b> Направления развития инноваций в сфере общественного питания .....	262
<b>Хаматгалеева Г. А.</b> Разработка напитка на основе минеральной столовой воды с добавлением экстракта лимона .....	264

#### РАЗДЕЛ IV. СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ АСПЕКТЫ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

<b>Вильданова Г. А.</b> Ключи к пониманию национального менталитета .....	269
<b>Грашин С. А.</b> Договоры в сфере гостиничной деятельности: проблемы заключения и реализации .....	272
<b>Гурьянов И. А., Гаязова А. А.</b> Ролевая игра как метод формирования коммуникативной компетенции .....	276
<b>Гурьянов И. А., Рустамова С. Р.</b> Worldskills как ресурс развития компетенций в сфере гостеприимства .....	279
<b>Кандаева Е. М., Кузьмина Е. К.</b> Особенности перевода эргонимов г. Казани на примере нефтяных компаний .....	282
<b>Куракина Ю. Н.</b> Роль педагога в выстраивании карьерной траектории студента в индустрии гостеприимства .....	283
<b>Рычков С. Ю., Рычкова Н. В.</b> Возможности органов местного самоуправления в сфере маркетинга сельских поселений: пример села Спасское Бугульминского муниципального района Республики Татарстан .....	286
<b>Рычков С. Ю., Сушкова Т. В.</b> Трансформация маркетинга сферы гостеприимства Республики Татарстан в современных геополитических условиях: кейс «Индия».....	290
<b>Серова О. В., Зиннатуллина А. М.</b> Формирование универсальных компетенций и практико-ориентированное сотрудничество с учреждениями дополнительного образования Республики Башкортостан .....	294
<b>Сидорчева М. А., Сидорчева Е. А.</b> Сервисная система. Трансформация обычного сервиса в концептуальный.....	299
<b>Тимофеева М. В., Хафизова К. Р.</b> Развитие российско-китайского содружества в сфере туризма в Китае .....	301
<b>Уссейну Талл</b> Лексикологический анализ лексем гостеприимство и гостиница русском языке .....	304
<b>Филатова-Сафронова М. А., Семенова-Полях Г. Г.</b> Повышение психологической грамотности у работников туристического бизнеса: демонстрация опыта .....	306
<b>Хайруллина Д. И., Сафина А. Д.</b> Ресторан гостиничного комплекса: особенности бухгалтерского учета .....	309
<b>Хамидуллина А. Р., Калимуллина Г. Х.</b> Роль муниципальной власти в сохранении национальных семейных традиций гостеприимства .....	311
<b>Чугреев Д. В., Бурдаева А. И.</b> Проблемы управления персоналом В гостиничном бизнесе .....	314
<b>Шаймиева Э. Ш.</b> Индустрия гостеприимства и креативные индустрии: фокусирование акцентов исследования в области менеджмента цифровой экономики .....	318
<b>Шевырин С. А., Тайсина В. Р.</b> Тур для школьников «Богатыри Перми Великой» как средство формирования патриотизма и межкультурной толерантности .....	320
<b>Богданова Ю. Д., Петрова Е. А.</b> Система регулирования сферы туризма местными органами власти в Республике Татарстан.....	323

*Научное издание*

# ГРАНИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Материалы I Всероссийской научно-практической конференции  
(с международным участием)

Главный редактор *Г. Я. Дарчинова*  
Технический редактор *С. А. Каримова*  
Дизайнер *Г. И. Загретдинова*

ISBN 978-5-8399-0802-4



Подписано в печать 02.06.2023. Формат 60x84 1/16  
Гарнитура PT Astra Serif. Усл. печ. л. 19,2. Уч.-изд. л. 25,9  
Тираж 500 экз. Заказ № 38



**ПОЗНАНИЕ**

Издательство Казанского инновационного  
университета им. В. Г. Тимирязова  
420111, г. Казань, ул. Московская, 42  
Тел. (843) 231-92-90  
E-mail: zaharova@ieml.ru

Отпечатано с готового оригинал-макета  
в типографии ООО «ТЦО «Таглимат»  
420108, г. Казань, ул. Зайцева, 17

*Для заметок*