

НОО “ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА”



ТРАНСФОРМАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА: НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ И ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ

КОЛЛЕКТИВНАЯ МОНОГРАФИЯ

Глушков С.В., Исмагилова Э.Р., Карева А.В., Ларионова Н.Л.,
Малина В.В., Монахова Л.Д., Пронькин Н.Н., Семенычева И.Ф.,
Таишева Г.Р., Халикова С.С., Шевченко В.А.

www.scipro.ru

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**Трансформация внутреннего туризма:
научные основы и инновационные подходы**

Монография

УДК 379.85
ББК 65.433
Т65

Главный редактор: Краснова Наталья Александровна – кандидат экономических наук, доцент, руководитель НОО «Профессиональная наука»

Технический редактор: Канаева Ю.О.

Рецензент:

Дудкина Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент. Донской государственный технический университет (ДГТУ), г. Ростов-на-Дону, Факультет «Сервис и туризм», кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

Авторы:

Глушков С.В., Исмаилова Э.Р., Карева А.В., Ларионова Н.Л., Малина В.В.,
Монахова Л.Д., Пронькин Н.Н., Семенычева И.Ф., Таишева Г.Р., Халикова С.С.,
Шевченко В.А.

Трансформация внутреннего туризма: научные основы и инновационные подходы [Электронный ресурс]: монография. – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 78 с.). - Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2023. – Режим доступа: http://scipro.ru/conf/monograph_271023.pdf. Сист. требования: Adobe Reader; экран 10'.

ISBN 978-5-907607-51-4

Материалы монографии будут полезны преподавателям, научным работникам, специалистам предприятий, а также студентам, магистрантам и аспирантам.

При верстке электронной книги использованы материалы с ресурсов: Designed by Freepik, Canva.

ISBN 978-5-907607-51-4



© Авторский коллектив, 2023 г.

© Издательство НОО Профессиональная наука, 2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
<i>Глава 1. Цифровая трансформация индустрии туризма и гостеприимства.....</i>	<i>8</i>
<i>Глава 2. Развитие инфраструктуры и услуг для внутренних туристов.....</i>	<i>16</i>
<i>Глава 3. Тенденции, возможности, перспективы развития и управления внутренним автотуризмом.....</i>	<i>23</i>
<i>Глава 4. Роль цифровых технологий и онлайн-платформ в продвижении внутреннего туризма.....</i>	<i>41</i>
<i>Глава 5. Тенденции развития безбарьерной среды в гостиничной индустрии.....</i>	<i>58</i>
<i>Глава 6. Развитие туризма в Николаевском муниципальном районе Хабаровского края.....</i>	<i>61</i>
Заключение	69
Библиографический список.....	70
Сведения об авторах	75

Введение

В эпоху глобализации и быстрого технологического прогресса внутренний туризм сталкивается с необходимостью адаптации к новым вызовам. Важность цифровой трансформации индустрии туризма и гостеприимства особенно актуальна в свете последних мировых событий, включая пандемию COVID-19, которая показала значимость гибкости и инноваций в поддержке устойчивого туризма. Эта монография исследует, как цифровизация и новые модели управления могут способствовать развитию внутреннего туризма, укреплению его роли в экономике и улучшению качества предлагаемых услуг. Анализ текущих тенденций и инновационных подходов позволяет не только оценить состояние отрасли, но и определить пути её дальнейшего развития, что обеспечит соответствие современным требованиям рынка и ожиданиям туристов.

Монография состоит из 6-ти глав, и представляет собой комплексный анализ современного состояния внутреннего туризма, изучает роль цифровых технологий в этом процессе, освещает вопросы развития инфраструктуры и услуг, исследует тенденции и возможности автотуризма, а также подходы к созданию безбарьерной среды в гостиничной индустрии и специфику развития регионального туризма.

В первой главе автор рассматривает вопрос цифровой трансформации индустрии туризма и гостеприимства. Цифровая трансформация – это процесс, который охватывает многие сферы нашей жизни. Она приводит к изменениям в традиционных бизнес-моделях и стимулирует рост экономики. Индустрия туризма и гостеприимства также не является исключением. Использование новых цифровых технологий может повысить конкурентоспособность предприятий этой отрасли, улучшить качество услуг для клиентов, оптимизировать затраты и обеспечить прибыльный рост. В данной статье рассматриваются основные направления цифровой трансформации индустрии туризма и гостеприимства, ее преимущества для бизнеса и клиентов, а также вызовы и проблемы, которые возникают в процессе ее внедрения.

Во второй главе проведён анализ современного состояния внутреннего туризма в Российской Федерации. Анализируется положительное влияние туризма на экономику и культуру страны. Рассмотрены основные тенденции развития внутреннего туризма в настоящее время в России.

В третьей главе авторы рассматривают вопрос «Тенденции, возможности, перспективы развития и управления внутренним автотуризмом». Развитие внутреннего туризма может дать значительный эффект при котором государство получает движение денежного оборота и оседание многомиллиардных денежных средств в стране.

Популяризация самостоятельного отдыха граждан и его сопутствующего элемента – кемпера, в настоящее время актуализирует проведение исследований в этой сфере и может способствовать возможности создания антикризисного продукта на фоне поиска инвестиционных вложений.

В четвертой главе авторы рассматривают вопрос роли цифровых технологий и онлайн-платформ в продвижении внутреннего туризма. Туристический сектор России имеет хороший потенциал для ускорения темпов роста и усиления его роли в развитии экономики, но по данным Комитета по туризму, отрасль формирует незначительную долю валового внутреннего продукта страны, которая существенно ниже, чем в ряде развитых странах мира. Данное исследование направлено на привлечение к внутреннему туризму молодых граждан РФ и реализации молодежной политики в сфере отечественного туризма. Одним из способов привлечения молодежи к внутреннему туризму, по нашему мнению, может стать новое удобное цифровое приложение-маршрутизатор, дополненное системой индивидуальных достижений, которое было разработано в рамках данного исследования.

В пятой главе актуальность исследования определяется нарастающей социальной проблемой предоставления специализированных гостиничных услуг людям с ограниченными физическими возможностями.

В настоящее время в нашей стране проживают около 11,6 миллионов людей, с ограниченными физическими возможностями. Это 9 % населения России . Индустрия туризма и гостеприимства должна отнестись к данной целевой аудитории, как к значимой категории потребителей, оценивая их, не только через призму гуманности и благотворительности, а еще как целевую аудиторию потребителей услуг в сфере туризма.

В шестой главе авторы проанализировали вопрос развития туризма в Николаевском муниципальном районе Хабаровского края. Николаевский муниципальный район, обладая большим культурным и природным потенциалом, является привлекательным, но невостребованным объектом туризма. Автором отмечается, что в настоящее время проводится незначительное количество мероприятий, которые направлены на

развитие туризма, что приводит к снижению туристических потоков в районе. Предложенная автором самобытная деревня, которая позволит познакомиться с культурой малочисленных народов Крайнего Севера, проживающих на Амуре, с национальным ремеслом, попробовать традиционные национальные блюда, побывать на национальных праздниках, окунуться в самобытную атмосферу. Данный проект будет реализован с применением механизма муниципально-частного партнерства, что позволит заинтересовать частного партнера к участию в реализации проекта и привлечь инвестиционные средства в развитие туристской отрасли района. Реализация проекта даст толчок для развития туризма и позволит в перспективе развития данного проекта можно будет расширить перечень туристических маршрутов, рассчитанных на различные категории населения. Помимо посещения деревни, туристам можно будет предложить полюбоваться красивыми природными объектами, катание на квадроциклах, сезонная и всесезонная рыбалка, веревочный городок различных уровней сложности, познакомиться с культурами народов Крайнего Севера и другие.

Авторский коллектив:

Глава 1. Цифровая трансформация индустрии туризма и гостеприимства (Карева А.В.)

Глава 2. Развитие инфраструктуры и услуг для внутренних туристов (Глушков С.В., Пронькин Н.Н., Семенычева И.Ф.)

Глава 3. Тенденции, возможности, перспективы развития и управления внутренним автотуризмом (Таишева Г.Р., Исмаилова Э.Р.)

Глава 4. Роль цифровых технологий и онлайн-платформ в продвижении внутреннего туризма (Ларионова Н.Л., Монахова Л.Д.)

Глава 5. Тенденции развития безбарьерной среды в гостиничной индустрии (Малина В. В.)

Глава 6. Развитие туризма в Николаевском муниципальном районе Хабаровского края (Халикова С.С., Шевченко В.А.)

Глава 1. Цифровая трансформация индустрии туризма и гостеприимства

Цифровая трансформация – это процесс, который изменяет способ работы компаний с помощью использования новых технологий. Она стала одной из ключевых тенденций для многих отраслей, включая индустрию туризма и гостеприимства. В последние несколько лет цифровые инструменты проникли во все сферы жизни, а также нашли применение в бизнесе. Большинство клиентов предпочитают покупать товары и услуги онлайн, что заставляет компании создавать новые стратегии продвижения своих продуктов и услуг через интернет.

Индустрия туризма и гостеприимства не является исключением. Сегодня все больше людей используют Интернет для решения своих туристических задач: они бронируют авиабилеты, отели, экскурсии и другие услуги через онлайн-системы бронирования. Туризм – одна из наиболее быстро развивающихся отраслей экономики в современном мире. Валовой национальный продукт во многих странах составляет от пятой части до половины от общего объема туристической деятельности. В настоящее время около 60% рабочей силы в мире занято в сфере туризма, что соответствует каждому 7-му рабочему месту¹.

Значительная часть всего объема намерений по выдаче карт Visa Europe (80%) сделана за пределами ЕС/ЕЭЗ. Это связано с тем, что многие европейцы путешествуют в другие страны и используют карту Visa Europe для оплаты гостиниц, ресторанов и различных экскурсий. Последние исследования показали, что цифровая трансформация индустрии туризма не только улучшает качество услуг для клиентов, но также позволяет компаниям значительно сократить издержки на обслуживание и производство.

Цифровые инновации действительно изменяют отрасль. В то время как физические агентства по продаже билетов сталкиваются с затруднениями из-за конкуренции со стороны онлайн-систем бронирования, некоторые компании уже начинают использовать новые технологии для повышения эффективности своих бизнес-процессов. Например, используя системы управления контактами (CRM), они могут получать данные об интересах клиентов и предложить им персонализированный сервис. Также возможно использование блокчейна для создания прозрачной системы бронирования и

¹ Мамаева А.М., Курбанова Н.М. Инновационная деятельность в сфере туризма // Молодежь и системная модернизация страны: сб. науч. статей 5-й Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых, в 6-х томах. Том 1 (Курск, 19–20 мая 2020 г.) Курск. – 2020. – С. 321 – 324.

отслеживания движения денежных средств. Цифровая трансформация также помогает компаниям управлять своим контентом и рекламой более эффективно. Большинство клиентов привлекают в первую очередь фотографии и видео, поэтому компании должны обеспечить высокое качество этого контента.

Кроме того, социальные медиа являются одним из главных способов продвижения для индустрии туризма и гостеприимства. Они позволяют компаниям создавать сообщества, общаться с клиентами и получать от них обратную связь. Однако цифровая трансформация также представляет новые риски для индустрии. Использование онлайн-систем бронирования может привести к неудовлетворительному опыту путешественников из-за ошибок в описании услуг или различий в ценах, а также, использование социальных медиа может стать объектом хакерских атак или распространения ложной информации.

Цифровая трансформация в сфере туризма и гостеприимства – это процесс изменения бизнес-моделей, процессов и услуг в соответствии с требованиями цифровой эры. Суть этого процесса заключается в использовании новых информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) для улучшения качества обслуживания клиентов, оптимизации операций и повышения конкурентоспособности.

Одной из основных задач цифровой трансформации является автоматизация различных аспектов работы отелей, ресторанов, компаний по продаже путешествий и других участников индустрии. Для достижения этой цели используются следующие ключевые ИКТ-технологии:

1. Облачные сервисы

Облачные сервисы – это система хранения данных в удаленном доступе через интернет. В случае с гостиничным бизнесом использование облачного хранилища позволяет держать данные о номерном фонде доступными всегда онлайн. Также удаленное хранение данных позволяет быстро обмениваться информацией между различными отделами компании, управлять клиентской базой и даже сохранять оперативную связь с гостями.

2. Аналитика данных

Автоматизированный анализ больших объемов данных (Big Data) позволяет получать важные для бизнеса значения – начиная от статистики продаж по определенному направлению до персональных предпочтений каждого конкретного гостя. Например, на основе аналитических данных можно выстраивать индивидуальные предложения под конкретного клиента или прогнозировать спрос на те или иные услуги.

3. Искусственный интеллект

Использование систем искусственного интеллекта (AI) позволяет решить целый ряд задач: от автоматического бронирования номеров до чат-ботов, которые ответят на все вопросы гостей круглосуточно. AI также может использоваться для создания персонализированных программ проживания, основываясь на информации о ранее проведенном времени в этом отеле или необходимых услугах.

4. Системы управления контентом

Системы управления контентом (CMS) используются для управления информацией о гостинице, которая должна быть доступна на сайте компании. Эта система позволяет обновлять информацию быстро и легко, включая актуальную стоимость номеров, предложения по бронированию и другие сведения.

5. Мобильные приложения

Создание мобильных приложений – это одно из лучших решений для большинства сфер деятельности в рамках цифровой трансформации. Применительно к индустрии туризма и гостеприимства мобильное приложение может быть использовано для бронирования номеров, выбора услуг или просмотра дополнительной информации о стране или городе назначения.

Также следует отметить электронные платежные системы и системы безопасности данных как ключевые аспекты цифровизации туристической индустрии.

Цифровая трансформация не только меняет внутренние процессы компаний-представителей данного направления бизнеса, но также меняет сам подход к работе с клиентами. Более чем когда-либо ранее возможности персонализации сервиса стали ключевым фактором конкурентоспособности, а внедрение данных технологий – необходимым условием для успешного существования компаний на рынке. Цифровая трансформация является неотъемлемой частью современной индустрии туризма и гостеприимства. Она представляет собой процесс применения новых цифровых технологий для улучшения качества обслуживания и повышения конкурентоспособности. Индустрия туризма более прогрессивна в поиске новых путей и адаптации существующих способов реагирования на проблемы потребления туризма и его воздействия на природу и людей, беспокойство массовых

туристов по поводу «потребления» туризма остается преимущественно традиционным².

Одно из основных преимуществ цифровой трансформации в индустрии туризма – это повышение уровня сервиса для клиентов. Благодаря использованию новых цифровых решений, компании могут лучше понять потребности своих клиентов и предложить им более персонализированный опыт путешествия. Например, благодаря анализу данных о клиентах, можно создавать индивидуальные маршруты или предлагать специальные услуги на основе их интересов. Кроме этого, различные онлайн-инструменты такие как сайты бронирования, мобильные приложения и системы управления бронированием позволяют клиентам легко и быстро найти нужный отель или авиабилет, сравнить цены и выбрать наиболее подходящий вариант. Это облегчает процесс планирования поездки для клиента, а также повышает эффективность работы персонала.

Для компаний из индустрии туризма и гостеприимства еще одним преимуществом цифровой трансформации является возможность оптимизации своих операций. Использование новых технологий позволяет автоматизировать многие процессы, что способствует уменьшению времени выполнения работ и снижению затрат на персонал. Также цифровые инструменты могут помочь улучшить качество услуг, например, за счет использования систем управления заказами или программных платформ для контроля качества обслуживания. Однако введение цифровых решений может столкнуться со значительными вызовами. Один из главных вызовов – это необходимость перестраиваться под новую модель работы. Для этого компании должны иметь достаточное количество высококвалифицированных специалистов, которые могут работать с новыми технологиями и процессами. Также может потребоваться инвестирование в обучение персонала или приобретение нового программного обеспечения.

Еще один вызов – это необходимость защиты данных клиентов и борьба с кибератаками. В индустрии туризма и гостеприимства, где персональные данные клиентов находятся под угрозой хакерских атак, компании должны принимать все необходимые меры для защиты конфиденциальности информации своих клиентов.

Несмотря на эти вызовы, цифровая трансформация становится все более актуальной для компаний из индустрии туризма и гостеприимства.

² Редичев Н.А. Анализ современных инноваций в туризме и гостеприимстве // Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве: сб. ст. науч. докл. Всерос. студ. науч. конф. (Москва, 31 марта 2022 г.). – М. – 2022. – С. 429 – 437.

Она позволяет повышать уровень сервиса для клиентов, оптимизировать операционные процессы и повышать конкурентоспособность компаний. Чтобы успешно реализовать цифровую стратегию в этой отрасли, компаниям следует постоянно отслеживать последние тренды в области цифровых технологий и выстраивать соответствующие стратегии. Развитие сферы туризма в значительной степени зависит от интеграции цифровых технологий и развития IT-сектора³.

Цифровая трансформация стала одним из главных трендов в индустрии туризма и гостеприимства. Она повлияла на все аспекты бизнеса, начиная от поиска и бронирования жилья до оплаты и оценки качества услуг. Цифровые инновации в гостиничном бизнесе имеют решающее значение для конкурентоспособности компаний, улучшения клиентского опыта, снижения затрат и увеличения прибыльности. Цифровизация туризма является одним из эффективных процессов, который заключается в использовании цифровых технологий в туристической отрасли. При системном подходе цифровые технологии в сфере туризма будут способствовать развитию открытого информационного общества, что является важным фактором для повышения производительности, экономического роста и конкурентоспособности туристического сегмента региона. Кроме того, это также улучшит качество жизни граждан⁴.

Одной из основных цифровых инноваций является использование мобильных приложений. Как показывает опыт многих компаний, с помощью мобильных приложений удалось значительно упростить процесс бронирования номеров и других услуг. Это позволяет клиентам быстро найти нужное жилье, получить информацию о его цене и свободных датах проживания, а также забронировать номер непосредственно через приложение. Для гостиниц это значит не только повышение комфорта для клиента, но также возможность эффективного управления занятостью номеров.

Ещё один способ использования цифровых технологий – это внедрение системы управления гостевым опытом (Guest Experience Management). С её помощью гости могут получать персональные рекомендации, основанные на их предпочтениях и интересах. Клиент может выбирать категорию номера, питание или дополнительные услуги по своему желанию. Также важно

³ Везнер Э.Е.1, Кациель С.А. Значение цифровизации в туризме и организации мероприятий // Омские социально-гуманитарные чтения – 2023: материалы XVI Межд. науч.-практ. конф. (Омск, 22–24 марта 2023 г.) – Омск, 2023. – С. 145 – 47.

⁴ Кудяева В.З., Казова З.М. Цифровизация туризма // Актуальные проблемы технологии продуктов питания, туризма и торговли: материалы IV Всерос. (национ.) науч.-практ. конф. (Нальчик, 30 сент. 2022 г.) Нальчик. – 2022. – С. 127–130.

отметить и то, что система Guest Experience Management может использоваться для сбора обратной связи от клиентов, что позволяет быстро реагировать на проблемы и корректировать сервис.

Ещё одна технология, которая является неотъемлемой частью цифровой трансформации индустрии туризма – это использование Big Data аналитики⁵. Эта технология помогает компаниям собирать информацию о клиентах из различных источников: социальных сетей, финансовых операций или лояльности программ. Данные анализируются с целью выявления трендов потребительского поведения. Это позволяет компаниям эффективно строить свою маркетинговую стратегию.

Также стоит отметить использование VR-технологий в индустрии гостеприимства. С помощью VR-технологий можно создавать виртуальные туры по отелям и курортам, что позволяет клиентам лучше представить себе условия проживания и выбрать наиболее подходящий вариант.

Сегодня цифровая трансформация уже произошла, но это только начало. Она будет продолжаться дальше, при этом её скорость будет увеличиваться. Это означает, что компании должны следить за изменениями в индустрии и адаптироваться к новым условиям. Также необходима готовность менять свой бизнес-процесс для улучшения опыта клиента.

Цифровая трансформация индустрии туризма и гостеприимства уже сегодня является неотъемлемой частью развития отрасли. Отельеры, авиакомпании, агентства и другие игроки на рынке уделяют все большее внимание цифровым инструментам для улучшения качества обслуживания своих клиентов и повышения эффективности бизнес-процессов. Но какие перспективы дает цифровая трансформация для индустрии туризма и гостеприимства в будущем? Какие рекомендации можно дать представителям этой отрасли?

Одной из основных перспектив цифровой трансформации в туризме является возможность создания более персонализированных услуг для каждого клиента. Путешественники могут получать подборки путевок, которые соответствуют их интересам, предпочтениям, желаемому бюджету и другим параметрам. Также они могут выбирать конкретные услуги (например, номер в отеле), основываясь на онлайн-обратной связи других пользователей.

Еще одной перспективой является упрощение процесса бронирования и оплаты. Вместо того, чтобы обращаться в агентство или звонить по

⁵ Айрапетян В.Г. Цифровизация туризма: современные тенденции и динамика развития // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. серия: экономика и право. – 2022 – №3. – С. 11–14.

телефону, клиент может быстро и удобно забронировать путевку или билет через интернет-сервисы. Также разработаны специальные мобильные приложения для авиабилетов и гостиничных номеров.

Цифровая трансформация также помогает сократить расходы на рекламу и продвижение услуг⁶. Использование контекстной рекламы, социальных сетей и других онлайн-каналов позволяет эффективно донести информацию до потенциальных клиентов без больших финансовых вложений. Туристические организации признают цифровизацию как новую форму коммуникационного взаимодействия с производителями и потребителями туристических услуг, которая дает им конкурентные преимущества⁷.

Учитывая вышесказанное, можно предложить несколько рекомендаций для представителей индустрии туризма и гостеприимства:

1. Подбирать цифровые инструменты, которые лучше всего подходят к вашему бизнесу. Например, если вы являетесь отелем – вам нужна система онлайн-бронирования номеров.

2. Учиться использовать данные как можно эффективнее для создания индивидуальных услуг для каждого клиента. Например, использовать данные о предпочтениях клиента, чтобы рекомендовать ему идеальный отель.

3. Сфокусироваться на мобильности: убедитесь, что ваш сайт адаптирован под мобильные устройства, разработайте свое собственное приложение с удобным интерфейсом и возможностью бронирования.

4. Использовать социальные сети для продвижения бизнеса: контент-маркетинг – это один из самых эффективных методов продвижения в цифровой области.

5. Создание дополнительных сервисов: например трансферы в аэропорт или автоматический заказ еды в номере гостиницы может стать вашим конкурентным преимуществом.

В заключении следует отметить, что, во-первых, цифровая трансформация уже изменяет отрасль туризма и гостеприимства. Несмотря на риски, она предоставляет большие возможности для улучшения бизнес-процессов и повышения качества обслуживания клиентов. Компании, которые смогут адаптироваться к новым условиям, будут иметь преимущество на рынке и смогут достичь успеха в конкурентной борьбе.

⁶ Радван Ю. Цифровизация в сфере туризма // Современные аспекты экономики. – 2020. – № 5-2 (273). – С. 13–18.

⁷ Лобченко С.А. Цифровизация туризма: формы проявления // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2021. – №1. – С. 369–373.

Во-вторых, цифровые инновации стали ключевым фактором успеха в индустрии гостеприимства. Мобильные приложения делают процесс бронирования номеров быстрее и удобнее для клиентов; система Guest Experience Management повышает качество обслуживания; Big Data аналитика позволяет эффективно строить маркетинговую стратегию; VR-технологии помогают представить условия проживания до самого заселения. Компании должны следить за развитием цифровых технологий и адаптироваться к новым условиям, чтобы не отставать от конкурентов.

В-третьих, цифровая трансформация индустрии туризма и гостеприимства является неотъемлемой частью развития отрасли в будущем. Представители этой отрасли должны быть готовы приспосабливаться к появлению новых технологий и использованию данных для создания инновационных услуг для своих клиентов.

Глава 2. Развитие инфраструктуры и услуг для внутренних туристов

Туризм – многоликое, комплексное и массовое явление. Это форма организации отдыха, способ познания окружающего мира, область международного сотрудничества, сфера услуг и предпринимательства, часть государственной политики. Туризм оказывает большое влияние на экономику и социальную сферу, способствуя удовлетворению потребностей населения и организаций; доходам и решению проблем занятости населения; развитию бизнеса в городской и сельской местности; формированию транспортной, гостиничной, сервисной инфраструктуры; улучшению курортно-рекреационного потенциала, возрождению и сохранению памятников истории и культуры, ремесел и народных промыслов; повышению имиджа, инвестиционной привлекательности страны.

Государственная политика в области туризма представляет собой один из видов социально-экономической политики государства, его деятельность по развитию туристской индустрии и субъектов туристского рынка (туроператоров и турагентств), совершенствованию форм туристского обслуживания граждан и укреплению на их основе своего политического, экономического и социального потенциала.

Туризм как многоплановый и активно развивающийся феномен российской социально-экономической, политической и общественно-культурной жизни изучался и изучается специалистами разных профилей. Туризм в целом – предмет междисциплинарных исследований. В этом смысле разработка его истории в настоящее время имеет важное значение не только с точки зрения извлечения уроков для самого туризма и туристской политики государства, но и для решения таких ключевых вопросов, как природа российской трансформации конца XX – начала XXI вв., характер установившихся общественных отношений, тенденции развития общественно-культурной жизни страны, состояние общественного сознания, степень открытости России и динамика изменения ее образа в современном мире и др.

В современной России создана сеть общественных объединений: Российская Ассоциация социального туризма, Российская ассоциация туристических агентств (преобразована в Российский союз туриндустрии), Национальная академия туризма, Туристско-спортивный союз, Ассоциации гидов-переводчиков, экскурсоводов и турменеджеров, Российская гостиничная ассоциация, Национальная туристская ассоциация, Ассоциация

работников туристско-экскурсионных предприятий, отделений и ресторанов Санкт-Петербурга, Московская ассоциация туристических агентств и др.). Им предоставлен широкий спектр прав и свобод. Установилось два типа объединений в сфере туризма: туроператоров, турагентов и других субъектов туристской индустрии, с одной стороны, и с другой – туристов и путешественников. Деятельность объединения туристов направлена на организацию и содействие развитию самостоятельного туризма, просвещение населения в сфере туризма, защиту прав и интересов туристов, формирование общественного мнения о деятельности организаций туристской индустрии и решение иных задач.

В последние годы туризм стал высокодоходной отраслью, выступает весомым фактором стабилизации социально-экономического процесса, является средством физического и духовного оздоровления, воспитания, познания и повышения культурного уровня населения, оказывает влияние на сохранение исторического и природного наследия, развитие природного и культурного ресурсного потенциала, ведет к гармонизации отношений между странами и народами. Туризм превращается в явление мирового масштаба, соответствующее явлениям глобализации. Социальный туризм пользуется поддержкой государственных и муниципальных бюджетов. Однако эффективное использование возможностей социального туризма как формы государственной поддержки малоимущих и социально незащищенных категорий граждан, пропаганды здорового образа жизни, важного фактора стимулирования внутреннего потребления товаров и услуг в настоящее время сдерживается отсутствием механизмов развития туризма для детей, студентов и пожилых граждан. Растет масштабность делового туризма, выступающего в роли эффективного стимула развития туристского сервиса.

Развитие общества непременно стимулирует интерес населения к жизни людей разных стран. Данный процесс дает толчок к развитию индустрии гостеприимства.

По данным Всемирной Туристской организации туризм занимает первое место по экспорту товаров и услуг. Туризм составляет порядка 10% мирового ВВП, а рост доходов от этой отрасли превышает 5%.⁸

Развитие индустрии гостеприимства обусловлено некоторыми факторами. Прежде всего, на туризм оказывает влияние рост международной торговли и мирового благосостояния, увеличение продолжительности жизни населения в некоторых странах. Кроме того, процесс культурной

⁸ Tourism Highlights. 2008 Edition. World Tourism Organization (UNWTO), 2008. – 10p.

глобализации ведет к «созданию подходящей платформы для оживления традиции, не только как политическое или экономическое движение, но и как движение культурное, со своими движущими силами и теоретическими построениями».⁹

В настоящий момент индустрия гостеприимства представляет собой межотраслевой комплекс, включающий в себя туризм, гостиничный сектор, ресторанный бизнес и общественное питание. Европейские специалисты разделяют туриנדустрию и гостеприимство, которое подразумевает предоставление размещения, питания и развлечений.

Успех развития гостиничного сектора связан со специализацией бизнеса. Вторичные функции, которые не приносят большой прибыли, отходят в ведение профильных фирм.

В сфере гостиничного хозяйства наметилась тенденция слияния компаний, что привело к увеличению капитала. Во всем мире известны такие компании, как Hilton, Accor, Marriott, Global Hyatt Corp., которые объединены в сети, представительства которых находятся в разных странах. Данная система характерна для США. В Европе создаются альянсы (Radisson, Queens Moat Houses, Hotel & Compagnie), что позволяет конкурировать с мировыми гигантами данной сферы.

Азиатская модель интеграции развивается благодаря региональным гостиницам. Среди них можно выделить Shanghai Jin Jiang Group (Китай), Hotel Lotte (Южная Корея), Amari Hotels & Resorts (Таиланд), Tokyo Hotel Group (Япония), Taj Group of Hotels (Индия).

Помимо интеграции идет активный поиск различных путей повышения эффективности бизнеса через использование возможностей интенсивного, интегрированного, диверсифицированного роста.

Интенсивный рост подразумевает рост через расширение спектра услуг. Интегрированный рост осуществляется через поиск новых предприятий, занятых в той же сфере деятельности компании. Эта стратегия осуществляет вертикальную, горизонтальную и диагональную интеграцию.

Сегодня туризм один из наиболее быстро и динамично развивающихся отраслей, которая раскрывает огромные возможности в общественном развитии и в этом процессе нельзя преувеличить значимость экскурсионного обслуживания. Ведь при организации большинства туров, экскурсии являются самой важной частью программы поездки и от того насколько хорошо подготовлен экскурсионный продукт зависит не только успех

⁹ Многоликая глобализация / под ред. П.Бергера, С.Хантингтона. – М.:Аспект Пресс, 2004. – С.17.

предприятия, но и имидж страны среди иностранных туристов. В этой связи, на организаторов экскурсионного обслуживания возлагается ответственность не только по восстановлению сил и трудового потенциала человека, а также по духовному, культурному и моральному развитию людей, формированию системы ценностей, здорового образа жизни и экологической культуры. Таким образом, экскурсионное обслуживание можно определить, как деятельность по организации и оказанию экскурсионных услуг, удовлетворяющих потребности человека в приобщении к духовному и нравственным ценностям, накопления знаний, в том числе и профессиональных.

Основой всей работы по организации экскурсионного обслуживания – это хорошо проработанный план, составленный с учетом изучения спроса и предложений экскурсионных услуг на рынке сферы туризма по видам экскурсий, их тематики с учетом состава участников.

Важным аспектом организации экскурсионного обслуживания является определение места проведения экскурсии. Так, если экскурсионное обслуживание осуществляется туристскими предприятиями на территории другого государства, то работу с группой ведут экскурсионные учреждения или туристские предприятия, расположенные в этих городах. Экскурсовод, выехавший с группой, выполняет обязанности его руководителя и дает путевую информацию.

Также важно учитывать нормативно-правовые аспекты регулирования данной сферы деятельности. Организация экскурсионного обслуживания в правовом поле происходит с учетом широкого круга вопросов. Они включают соблюдение: международных правовых актов регулирования туристической деятельности и соответствующих стандартов; общих положений правовой базы регулирования туристической деятельности; правового статуса туриста и экскурсанта; страхования и медицинской помощи; обеспечение безопасности, права и обязанности туристов и экскурсантов; организации туристического предпринимательства. Однако, основы туристско-экскурсионного обслуживания в РФ регулируются государственным стандартом ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг». Данный стандарт устанавливает порядок разработки документации при проектировании экскурсионных услуг.

Технология создания новой экскурсии достаточно сложный процесс, в котором можно выделить ряд основных этапов, которые располагаются в определенном порядке.

I этап.

Формирование коллектива разработчиков. Ее состав обычно варьируется от 3 до 10 человек и больше, в зависимости от сложности темы. Как правило, это опытные экскурсоводы и методисты. Их работа начинается с определения темы, цели, задач экскурсии. В настоящее время на российском рынке экскурсионных услуг предпочтение отдают тематике, связанной с историей храмов, монастырей, старинных усадеб и исторических городов. Как правило, разработчики исходят из принципа конкурентоспособности нового продукта.

II этап.

Формулировка названия. Так как ее главная цель – это заинтересовать потенциального клиента, то она ориентирована не столько на раскрытие темы, сколько на яркость и образность. Однако, чрезмерное увлечение поиском наиболее привлекательного названия также не рекомендуется, т.к. это приводит к необходимости уточнять тематику экскурсии и выяснять ее детали.

III этап.

Выявление объектов экскурсионного показа. Этот этап самый трудоемкий и финансово затратный. Разработчики новой экскурсии изучают историю объектов, выявляют новые объекты показа, занимаются подборкой и изучением материалов по теме, первоисточников, монографий, знакомство с музейными документами, отбор, изучение и исследование экскурсионных объектов.

В ходе подготовки новой экскурсии составляется список книг, брошюр, статей, опубликованных в газетах и журналах, которые раскрывают тему. Сначала обращаются к справочно-энциклопедической литературе, а затем к специальной научной литературе, для того чтобы включить в текст экскурсии фактологический материал. Реже разработчики обращаются к архивным данным, несмотря на то, что они дают самые точные данные. Это можно объяснить, как сложностью процесса, так и недостаточной квалифицированностью экскурсоводов в архивной работе. Следует соблюдать большую осторожность при работе с краеведческой литературой, т.к. в ней может встречаться множество легенд и домыслов, которые нельзя отнести к научному исследованию. Готовый список источников делят на основную и дополнительную литературу.

IV этап.

Отбор объектов заканчивается составлением карточки или паспорта на каждый из них. В карточку заносятся данные о виде объекта (памятник

архитектуры, обелиск, место боев, захоронение) и ряд характеристик. Таких как: название, историческое событие, связанное с данным объектом, описание объекта (автор, дата создания, материал изготовления и т.д.), источники сведений о нем, состояние памятника и его охрана, в каких экскурсиях данный объект используется, дата составления карточки и ФИО составителя. Также обязательным пунктом является указание списка литературы. К карточке следует приложить фотографию объекта.

V этап.

Объезд или обход маршрута экскурсии. На данном этапе группа работников внимательно изучает маршрут будущей экскурсии. Основные требования, которые должны быть учтены составителями маршрута, - организация показа объектов в логической последовательности и обеспечение зрительной основы для раскрытия темы. В практике экскурсионных учреждений существуют три типа построения маршрутов: хронологический, тематический и смешанный. Также принимается окончательное решение о включении объекта в состав экскурсии, определяются методические приемы и время экскурсии. В случае, если это загородная экскурсия, то дополнительно изучается безопасность дорожного движения, наличие близлежащих медицинских учреждений, места санитарных остановок и предприятия питания. После составляется схема маршрута.

VI этап.

Подготовка текста экскурсии и комплекта информационных и наглядных материалов, которые используются экскурсоводом в ходе экскурсии. Этот комплект носит условное название «портфель экскурсовода». Эти пособия обычно помещаются в папке или небольшом портфеле. В ГОСТ Р 50681-94 дается следующее определение: портфель экскурсовода - комплект информационных материалов (фотографий, копий документов, географических карт, схем, репродукций с картин и др.), используемых экскурсоводом в ходе экскурсии.

В портфель экскурсовода включаются также чертежи, рисунки, образцы продукции и т.д. Такие «портфели» создаются, как правило, по каждой теме и являются постоянными спутниками экскурсовода. Наглядные пособия «портфеля экскурсовода» должны быть удобны в использовании. Их количество не должно быть велико, чтобы не отвлекать внимания экскурсантов от осмотра подлинных объектов и не рассеивать их внимания. К каждому экспонату, включенному в «портфель экскурсовода» прикладывается листок с пояснениями или справочным материалом. Перечень наглядных материалов определенной темы, включенных в «портфель экскурсовода»,

должен уточняться на протяжении всей разработки новой экскурсионной темы.

VII этап.

Следующий шаг при разработке новой экскурсии это *составление технологической карты экскурсии*. Подготовка экскурсии завершается составлением технологической карты экскурсии – основного технологического документа, который определяет, как лучше провести экскурсию, организовать показ объектов, какие методические приемы лучше использовать.

Методические указания – наиболее важная часть технологической карты. Здесь перечисляются конкретные детали объектов, на которые экскурсоводу следует обратить внимание при показе, последовательность их анализа; называются методические приемы показа и рассказа и то, как это следует сделать; даются советы по использованию фотографий и документов, схем, материалов «портфеля экскурсовода».

Таким образом, можно сделать вывод, что в процессе познания оказывается целенаправленное воздействие на мировоззрение туристов, а сообщаемые сведения, благодаря наглядности, хорошо запоминаются и способствуют расширению кругозора. Именно поэтому, созданию нового экскурсионного продукта предъявляются строгие упорядоченные требования, которые определены стандартами и нормативно-правовыми актами.

Современный туризм – это сложный межотраслевой комплекс в народном хозяйстве страны. Он, безусловно, относится к социальной сфере, поскольку создает условия для перемены видов деятельности и отдыха, способствует сохранению здоровья населения, формирует общеобразовательный и культурный уровень нации. Культурное наследие нашей страны – основной ресурс туризма, способный привлечь туристов при осуществлении ими путешествия, поэтому туризм развивается в тесной связи с объектами культуры.

Глава 3. Тенденции, возможности, перспективы развития и управления внутренним автотуризмом

Развитие внутреннего туризма может дать значительный эффект при котором государство получает движение денежного оборота и оседание многомиллиардных денежных средств в стране. На отдых за границей граждане России ежегодно тратят более 60 млрд. рублей в год. Эта сумма может вполне оставаться в стране и поддерживать отечественную промышленность, туристическую и сопутствующие с ней отрасли, которые пополняют доходную часть российского бюджета. Появление на рынке продукта, который позволит гражданам самостоятельно планировать свой отпуск и не зависеть от дорогостоящих гостиничных сервисов и массового пассажирского транспорта решит социальную проблему организации досуга и отдыха. Таким продуктом может стать кемпер, массовое производство кемперов на территории РФ решит вопросы с занятостью населения в связи с появлением новых реорганизации и диверсификации имеющихся производственных предприятий, где будут созданы новые рабочие места. А также это может стать элементом антикризисного производства (кемперов), как продукта на фоне поиска возможностей приложения своих мощностей и инвестиций.

Популяризация самостоятельного отдыха граждан и его сопутствующего элемента – кемпера, в настоящее время актуализирует проведение исследований в этой сфере и может способствовать возможности создания антикризисного продукта на фоне поиска инвестиционных вложений. Недостаток автокемперов российского производства должно стать стимулом для российского товаропроизводителя в том, что это новый рынок и ниша не освоена. Производителями кемперов могут стать заводы по производству речных и морских судов, железнодорожных вагонов, автозаводы, авиасудов, а так же крупные и средние предприятия, имеющие близкую специализацию и мощности позволяющие организовать соответствующее производство.

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. 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, не ходят поезда, не ездят автобусы и не всегда есть асфальтированные дороги.

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

Ежегодно более миллиона человек по всему миру отправляются в автомобильные туры – путешествуют с комфортом, не думая о билетах и гостиницах, на собственном или арендованном автотранспорте. Автопутешествия стали не просто разновидностью туризма, они превратились в особый стиль жизни и даже культуру. Признанными мировыми лидерами в области организации автомобильного туризма являются страны Западной Европы (Германия, Франция, Испания, Швейцария) и страны Северной Америки (США, Канада). Российская Федерация в настоящее время не входит даже в первую десятку стран-лидеров по развитию автотуризма, хотя всем понятно, что это достаточно перспективный вид туризма, который может существенно увеличить туристские потоки, создавая при этом большое количество рабочих мест¹⁰.

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 получить экономическую нишу, в которой нет конкурентов. Также это является отличным инвестиционным стартом для свободного капитала.

Внутренний автотуризм являет более экономичным для населения и дает больше возможностей по широте обзора местностей и смене локаций.

¹⁰Автомобильный туризм в современной России: точки роста. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomobilnyy-turizm-v-sovremennoy-rossii-tochki-rosta/>, свободный - дата обращения 29.09.2022 г.

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 туризма¹¹.

Плюсы автотуризма состоят в отсутствии необходимости оформления загранпаспорта и виз; отсутствие языкового барьера на территории Российской Федерации; особая психологическая установка по безопасности, погодная, природная и пищевая акклиматизация; возможность поездки большими компаниями – несколько машин; нет ограниченности по времени; повышения культурного уровня, изучение особенностей быта и истории посещаемых регионов; построение собственных маршрутов и посещение всех объектов.

Развитию автотуризма в настоящее время способствует санкционная геополитическая обстановка, небезопасность выездного туризма, снижение качества жизни населения страны (по данным опроса Фонда общественного мнения), повышения цен, на этом фоне снижение заработной платы, «закрывание» популярных направлений выездного туризма и другие подобные факторы.

Развитие внутреннего туризма должно поддерживаться не только в рамках сферы туризма федеральными программами, но и быть поддержан промышленными отраслями изготавливающими технику и технологии способствующую 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.

В 2022 году авиабилеты по направлениям отдыха в России подорожали на 1,5%, средний чек с 9000 рублей поднялся до 14000 рублей за перелет на одного человека. Причины роста авиабилетов:

- 1) Повысилась цена на авиакеросин.

¹¹ Таишева Г.Р., Исмагилова К.А. Возможности управления сферой внутреннего автотуризма в свете антикризисного регулирования и инвестиционной политики государства // Материалы I Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) Грани гостеприимства. Казань, 2023. С. 82-83.

2) Дефицит запчастей. Самолётов в воздухе не хватает, есть дефицит запчастей и расходных материалов для находящихся в строю Boeing и Airbus.

3) Из-за санкций многие страны закрыты для туристов из России.

4) Нехватка самолетов, спрос на билеты на зарубежные направления превышает предложение.

5) Ковидные ограничения.

6) Российские авиакомпании сообщают о проблемах с перестраховкой самолётов.

Дом на колесах — это полноценный жилой модуль, оборудованный всем необходимым для комфортного времяпровождения в нем: мебелью и бытовым оборудованием, сантехникой и кухонными принадлежностями.

По способу передвижения такие дома подразделяются на две большие категории: кемперы – мини-дома на базе автомобиля, которые передвигаются своим ходом; при этом кабина автомобиля, неразрывно связана с жилым отсеком. Это своего рода некий гибрид жилища и средства передвижения.

Вторая категория – жилые прицепы или автотрейлеры¹². Такие автодома нуждаются в средстве транспортировки, некоем тягаче, в роли которого могут выступать внедорожник, минивэн или легковой автомобиль, если размер автотрейлера не велик. Это самый распространённый вид автодомов, так как сам жилой отсек можно легко отцепить, если, например, автомобилю необходимо пройти техосмотр.

Наиболее распространенным считается деление автокемперов и автотрейлеров на виды по стандартам Евросоюза.

Таблица 1

Виды автокемперов и автотрейлеров

Виды автокемперов	Виды автотрейлеров
Интегрированные	Жилой прицеп
Полуинтегрированные	Прицеп-палатка
Альковные	Жилой модуль для пикапа
Жилые минивены	Прицеп-капля

¹² Оразкулиев Даянч Довлетович. Автодом и его виды: положительное и отрицательное // Наука через призму времени.-2020.-№6 (39). Режим доступа: <http://www.naupri.ru/journal/2569/>, свободный - дата обращения 22.09.2022 г.

Рассмотрим виды автокемперов:



Рис. 1. Интегрированный автокемпер

Для изготовления подобных автокемперов производитель обычно использует только серийный двигатель, трансмиссию и подвеску, все остальное делается индивидуально, за счет этого цена на такие автодома очень высокая, а также дальнейшее обслуживание будет стоить не малых денег. Кабина полностью интегрирована в жилое пространство, вмещает автодом от 4 до 8 спальных мест. Отлично находится не только пассажирам в этом автокемпере, но и водителю, у него потрясающий обзор. У автодома есть минус плохая проходимость и сложность в маневрировании, за счет своих габаритов, возникают проблемы с оживленным движением, а также во время парковок.



Рис. 2. Полуинтегрированный автокемпер

Не используется стандартных кузовов, за основу берется только шасси и с кабиной, куда устанавливается специально разработанный жилой дом. Вместимость автодома от 2 до 5 человек, хорошая манёвренность.



Рис. 3. Альковный автокемпер

Альковный автокемпер – тип автодома. У которого над кабиной расположена надстроенная часть – альков, в которой находится двухместная кровать. Автокемперы делают на базе коммерческого транспорта, благодаря такой компоновке внутри остается достаточно места, что подходит идеально для большой компании или семьи. Количество мест в домах может достигать 8. Особенностью этих кемперов является большая высота – до 3,3-3,5 метров¹³. Автодома на порядок дешевле, чем интегрированные, но все равно стоят не мало. В стандартной компоновке автокемпер имеет: обеденную зону, кухню, туалет с душем, холодильник и большое багажное отделение. Альковные автодома обладают комфортом и автономностью, особенно если на крыше установлены солнечные панели. А также они подходят для климата с отрицательными температурами, так как стены утеплены. Минусы автокемпера - это большой расход топлива, нуждается в специализированном гараже, низкая маневренность.



Рис. 4. Жилой минивен

¹³ Кемперы: какие они бывают. Режим доступа: <https://adt.by/kempery-kakie-oni-byvayut/>, свободный - дата обращения 05.08.2022 г.

Жилой минивен – тип автодома, выполненный из цельно-металлического фургона автомобиля. Обычно в таких домах располагаются с комфортом два человека. Минивэн маневренный и прост в управлении, расход топлива не сильно отличается от расхода легкого автомобиля. Их можно использовать как на близкие расстояния, так и планировать и более длительный отдых¹⁴. В таких автокемперах нет холодильника, санузла и плохая теплоизоляция, то есть подходит только для летнего отдыха.

Рассмотрим виды автотрейлеров:



Рис. 5. Прицеп-палатка

Прицеп-палатка – тип автотрейлера, бюджетный вид автодома. Прицеп предусмотрен для выездов и отдыха в летнее время, отопления в палатке нет. Вместить прицеп в себя может 2 спальных места.



Рис. 6. Жилой прицеп

¹⁴ Самые необычные дома на колесах. Режим доступа: <https://homius.ru/dom-na-kolyosah.html/>, свободный - дата обращения 08.09.2022 г.

Жилой принцип – это тип автотрейлера, изготавливается для длительного пребывания и жизни в нем. Обычно такие жилые прицепы используются для выезда на рыбалку, на охоту, а также для путешествий и отдыха на природе. Его еще называют прицеп-дача – европейцы любят отправляться в них на отдых к берегу моря или в горы¹⁵.



Рис. 7. Жилой модуль для пикапа

Жилой модуль для пикапа – это тип автотрейлера. Для таких автодомов используют мощные проходимые большие пикапы, тем самым увеличивается проходимость на любых дорогах и за пределами. Вместимость составляет от 2 до 6 человек. Автодом подойдет для эксплуатации в любое время года и в любых климатических условиях, обладая отличной проходимостью можно с комфортом путешествовать на любые расстояния.

¹⁵ Путешествуем не выходя из дома: все о домах на колесах. Режим доступа: <https://legko.com/blog/p/puteshestvuem-ne-vyhodya-iz-doma-vse-o-domah-na-kolesah/>, свободный - дата обращения 25.08.2022 г.



Рис. 8. Прицеп-капля

Прицеп-капля – это тип автотрейлера, внешне напоминает каплю, от этого и появилось название. Прицеп рассчитан на комфортное расположение двух человек. На дышле устанавливается дополнительный отсек, который служит в качестве кухни. Используется для готовки, мытья посуды, подогрева готовой еды. К сожалению, такие прицепы не оснащены душем и туалетом. Минусы автотрейлера: ограничения по мобильности и проходимости, необходим гараж для хранения прицепа.

Разнообразие кемперов дает возможность выбора условий для отдыха граждан страны, но анализ их желаний дает большое поле для деятельности промышленных предприятий при выборе продукта производства. Проведем анализ потребительских предпочтений при выборе автоприцепов– опрос среди 500 человек средней возрастной группы от 25 до 50 лет, Исследование показало, что интерес к предмету исследования высок и при соответствующем предложении на рынке, спрос имеется. Опрос проводился на основании анкетных вопросов касающихся организации самостоятельного отдыха населения.

Результаты проведенного опроса показали:

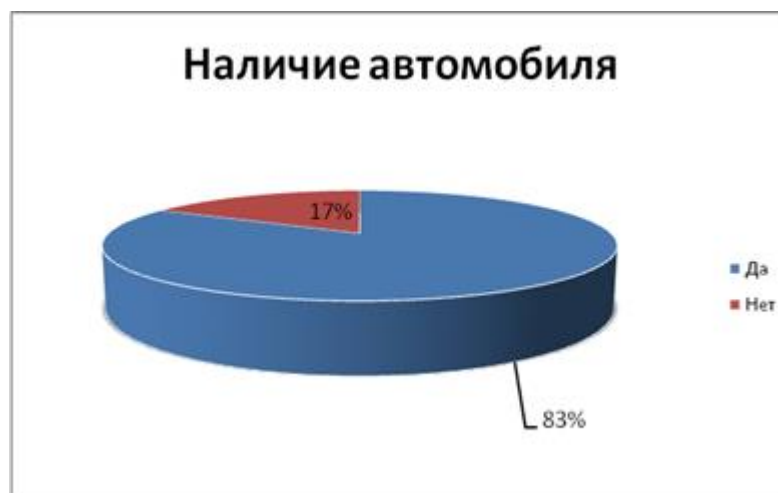


Рис. 9. Показатель наличия автотранспортного средства у опрошиваемых

Таким образом, 83% опрошенных граждан имеют автомобиль, 17% – не имеют.



Рис. 10. Показатель опрошенных, путешествующих на автомобиле

Таким образом, 48% опрошенных часто путешествуют на автомобиле, 34% – редко и 18% – не путешествуют.

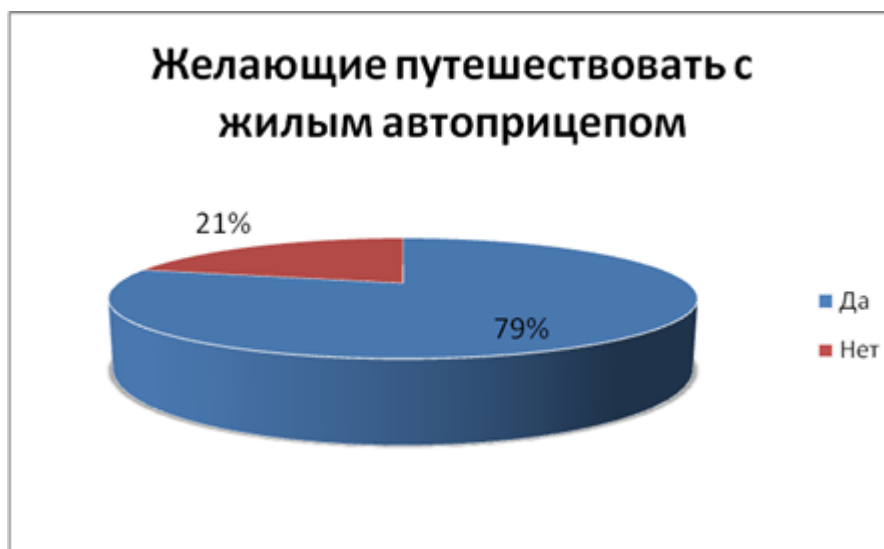


Рис.11. Показатель опрошенных желающих путешествовать с жилым автоприцепом

Таким образом, 79%, проявили интерес и изъявили желание для путешествий с автоприцепом, 21% – нет.



Рис. 12. Показатель предпочитаемой грузоподъемности прицепа

Таким образом, 90% опрошенных выразили предпочтение к грузоподъемности до 750 кг, 10% – свыше 750.

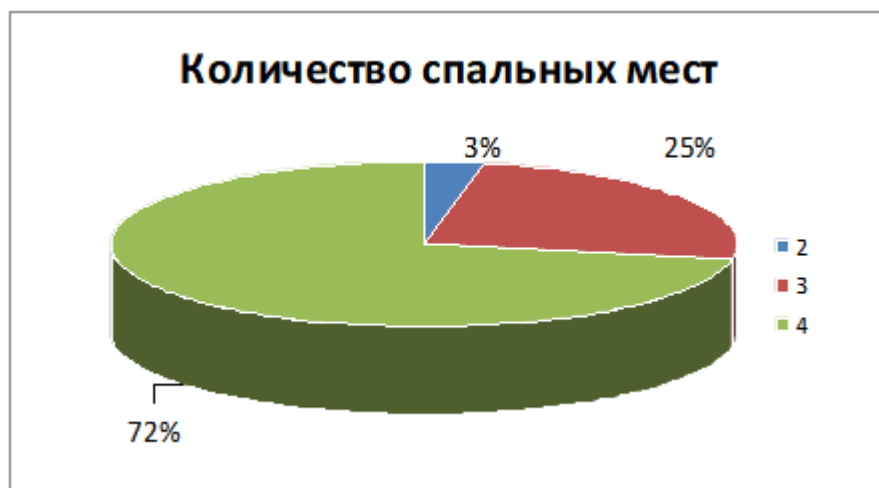


Рис. 13. Показатель предпочитаемого количества спальных мест в жилом автоприцепе

При опросе многие отметили наличие 4 спальных мест, это составило 72% опрошенных, 25% – предпочли 3 местный автоприцеп, 3% – 2 местный автоприцеп.

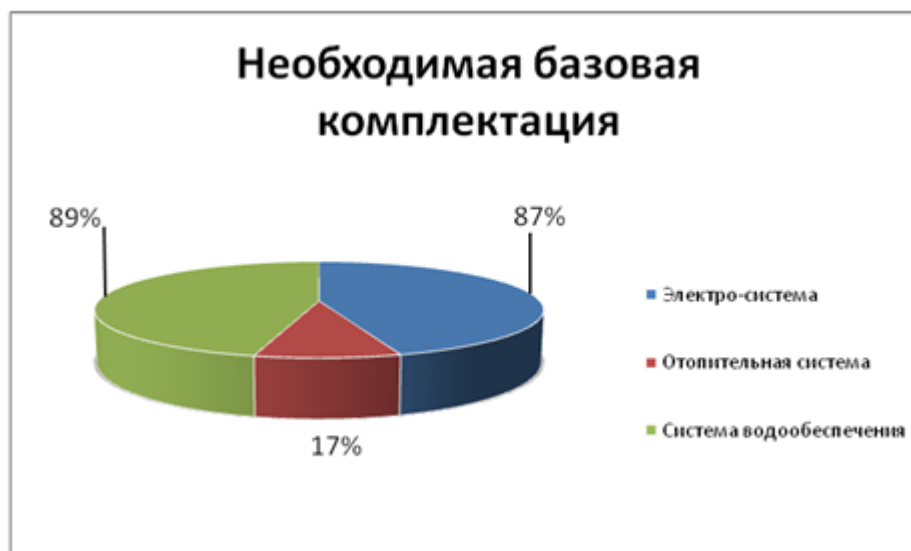


Рис.14. Показатель предпочтений комплектации автотранспортного средства

При опросе многие акцентировали наличие сразу нескольких систем, которыми должен быть укомплектован автоприцеп. Таким образом, 87% опрошенных граждан указали электросистему, 89% – систему водоснабжения и 17% – отопительную систему.



Рис.15. Показатель предпочтения источника электропитания в автоприцепе

Таким образом, 52% опрошенных выбрали бензогенератор, 48% – солнечные батареи.



Рис. 16. Показатель предпочтений в источнике энергопитания для варочной панели

Таким образом, 78% опрошенных выбрали электрическую варочную панель, 22% – газовую.

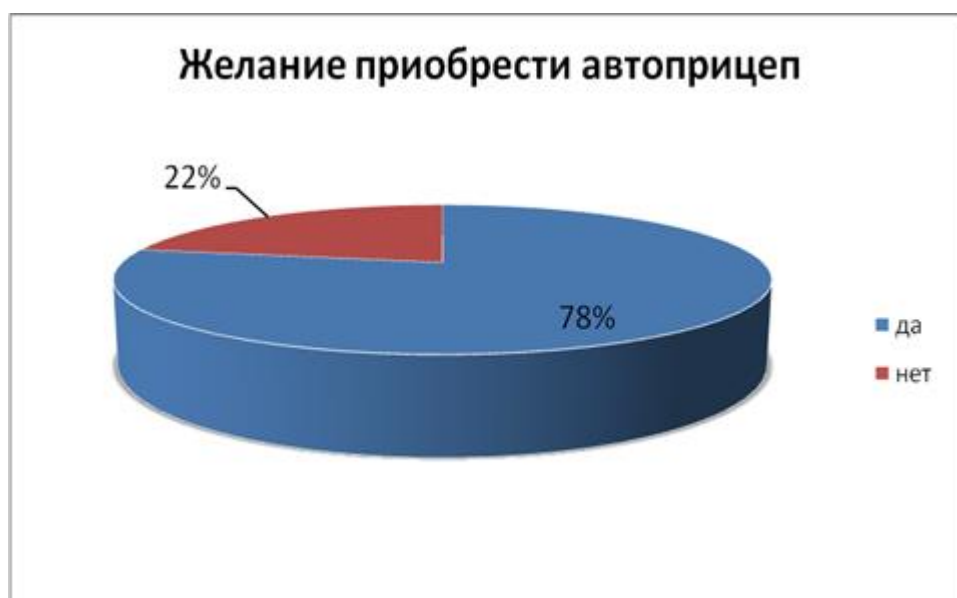


Рис. 17. Процентное соотношение опрошенных желающих приобрести жилой автоприцеп

Таким образом, 78% опрошенных, хотели бы приобрести жилой автоприцеп, 22% – нет.

Таблица 2

Предпочтительная ценовая категория автоприцепа

Предпочитаемая цена	200-300 тыс.руб.	301-400 тыс.руб.	401-500 тыс.руб.	501-600 тыс.руб.	601-700 тыс.руб.	701-800 тыс.руб.
Количество опрошенных, %	26	31	25	9	6	3

Результаты проведенного опроса показали, что данный вид отдыха имеет достаточный интерес у граждан и может быть очень востребован среди населения.

Рассмотрим вопрос, связанный с инфраструктурой автопутешествий. Культура автопутешествий, постепенно формируется и в России. Месяцы самоизоляции, за которые россияне успели основательно соскучиться по путешествиям, закрытые границы, снижение доходов и опасения подхватить вирус в самолете или поезде еще более подкрепили популярность этого сравнительно дешевого вида отдыха¹⁶. Передвигаясь на собственном авто и останавливаясь на отдых в выбранных местах, туристу легче обеспечить

¹⁶ Хаустов В. Развитие автотуризма в России. Режим доступа: <https://proza.ru/2020/10/06/1514>, свободный - дата обращения 04.10.2022г.

социальную дистанцию. В случае с автодомами путешественник везет с собой все необходимое для питания, ночлега и комфортного отдыха¹⁷.

В России все больше людей стремятся совершать туристические поездки на личном автотранспорте, количество которого увеличивается. Следует отметить рост интереса иностранных автотуристов к достопримечательностям России, особенно активно проявляющегося после успешно проведенных зимней Олимпиады в Сочи 2014 года и Чемпионата мира по футболу 2018 года.

Для того чтобы выйти на рынок с новым продуктом нужно провести исследование территориального рынка. На примере Республики Татарстан — одного из самых экономически развитых и привлекательных для туристов регионов России. Три исторических объекта республики включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО: Казанский кремль, Великий Болгар и остров-град Свияжск. Только в Татарстане Волга разливается в ширину на 43 км. А столица республики — Казань — по праву носит титул «третьей столицы России». Туристов Казани привлекают старинные монастыри, местный колорит и национальная кухня. В Республике Татарстан есть всего 6 мест для остановок для кемперов:

1. Стоянка для автодомов и караванов на территории Выставочного центра «Казанская Ярмарка» в Казани.
2. Гостиничный комплекс Ирбис – это комфортный отдых для транзитных гостей и жителей города Казани. На территории расположена кемп стоянка, принимающая караванеров.
3. База отдыха Дружба расположена в национальном парке "Нижняя Кама", на берегу оз. Подборное. Есть выход к воде.
4. Кемпинг "Бавлы" находится на окраине города Бавлы недалеко от федеральной трассы Р-239 в Республике Татарстан. Съезд с трассы всего в несколько десятков метров, где туриста встречают асфальтные парковочные места.
5. База отдыха Радуга расположена в 11 км. от г. Набережные Челны, на берегу р. Кама в национальном парке "Нижняя Кама". Здесь можно встать с караваном или автодомом.
6. Кемпинг "Фабрика" находится в восточной части города Елабуга, в его историческом центре. Шаговая доступность до достопримечательностей и музеев города

¹⁷ В России нарастает волна автотуризма. Режим доступа: <https://rg.ru/2020/07/22/v-rossii-narastaet-volna-avtoturizma.html>, свободный- дата обращения 09.09.2022г.

Из 6 стоянок всего 1 стоянка на большую Казань и в целом на республику 6 остановок для кемперов – это очень мало. Для раскрытия потенциала автотуризма в Республике Татарстан следует:

1. Создать по всей республике большое количество стоянок для кемперов как и для индивидуальных туристов, так и для организованных групп. Рационально будет создать одну сеть стоянок, со стандартными условиями и узнаваемым логотипом на территории Казани и РТ;

2. Создать сеть автотуристических маршрутов, соединяющих объекты туристической привлекательности на территории РТ, а также интегрированные в межрегиональные и федеральные автотуристические маршруты. Местами остановки, ночевки и получения сервисных услуг по маршрутам следования должны стать автокемпинги и кемпстоянки;

3. Создать сеть прокатных станций в нескольких крупных городах Татарстана (Казань, Набережные Челны/Нижнекамск, Альметьевск/Бугульма) с оказанием комплексных услуг для автотуристов: прокат автодомов и прицепов-трейлеров, прокат автотуристического оборудования и снаряжения, товаров для активного отдыха, оказание сервисных услуг по мелкому ремонту автотехники и оснащению ее дополнительным оборудованием;

Проводить на территории РТ фестивали автотуризма, популяризирующие это направление туризма среди широких масс.

В Ростуризме автопутешествия считают одним из перспективных развивающихся направлений внутреннего туризма. В ведомстве заявляли, что готовят запуск туристических автомобильных маршрутов. Очевидно, что приток денег от автотуристов выше там, где для него есть условия – созданы стоянки с туалетами, оборудованные площадки для трейлеров или палаток. Пока 60% всего трафика автотуристов дают жители Москвы и Санкт-Петербурга

При сегментировании рынка были проанализированы данные по производителям автоприцепов по России и Республике Татарстан в частности. Данные изображены в таблице 3

Таблица 3

Аналитические данные производителей автоприцепов-кемпер

№ п/п	Наименование организации	Прицеп-палатка (для охоты, рыбалки) 2 местные	Прицепы типа Капля 2-3 местные	Жилой прицеп (для семьи) 2-4 местные
По РФ				
1	ООО «АнВиР» Московская область с. Беседы	От 360 тыс.	От 1000 тыс.	От 1600 тыс.
2	Лаггар г. Москва	От 675 тыс.	От 585тыс.	От 650 тыс.
3	СеверАвтоДом г. Сургут	-	-	От 1500 тыс
4	ООО «Уральский Завод Прицепов и Кузовов – Каменскавто» Свердловская область, г. Каменск-Уральский.	От 400 тыс	От 250 тыс	От 385 тыс
5	ООО «Урал-Купава-Трейлер» г.Екатеринбург	От 318 тыс.	От 289 тыс.	От 498 тыс.
По Республике Татарстан				
6	Spetsun Республика Татарстан Азнакаево	-	От 419 тыс.	-
7	ООО «Кемпер База» Республика Татарстан Высокогорский р-н деревня Макаровка	От 783 тыс	-	-
8	Rush Camper	От 690 тыс.	От 408 тыс.	От 750 тыс.
9	ООО «Прицеп Фаркоп Сервис» г. Казань	От 100 тыс.	-	-

В результате изученных производителей типовых автоприцепов было выявлено, что основной сегмент рынка автоприцепов производимых в России занимают изделия с целевым направлением охота, рыбалка к ним относятся, автоприцепы, обладающие повышенной проходимостью, минимализмом в компоновке представляющие собой максимальный необходимый минимум для отдыха в условно экстремальных условиях. Следующий вид автоприцепов это прицепы типа капля. Представляют собой оптимальный вариант для организации оптимально комфортного отдыха в дороге и на природе для семьи из 3 человек с ребенком до 12 лет. Можно выделить еще один вид автоприцепов, условно обозначив его жилой прицеп. Данный вид прицепа позволяет осуществлять путешествия продолжительное время в условиях необходимого комфорта семье, либо компании из 3 человек без возрастных ограничений. Повышенная автономность прицепа и разнообразие комплектации обеспечит комфортные условия при любых климатических или погодных условиях, в любое время дня и ночи.

Результаты проведенного опроса показали актуальность данного вопроса и целесообразность внедрения его в производство так как большинство опрошенных проявили интерес к данному виду отдыха.

Исследование рынка производителей и спроса на кемперы сформировали оптимальное видение отдыха на колесах и предлагаемые комплектации кемперов. Поэтому в рамках возможностей инвестиционных вложений в изготовлении нового вида продукта на территории РТ можно предложить, например АО «Зеленодольский завод имени А.М.Горького» при этом освоения данного вида направления должно положительно повлиять на исполнения доходной части бюджета в целом. Таким образом, можно предложить запуск в производство прицепов и кемперов на АО «Зеленодольский завод им. А.М. Горького», на ПАО «Казанский вертолетный завод», на ПАО «Казанский авиационный завод имени С. П. Горбунова», на АО «Казанское моторостроительное производственное объединение», ПО "Камский тракторный завод" с целью освоения нового рынка сбыта продукции гражданского направления.

Создание производства автоприцепа может стать важнейшим фактором повышения интереса туристов к внутреннему туризму. Преимущества развития караванинга: малозатратное освоение туристских зон, развитие инфраструктуры; быстрая самоокупаемость; развитие придорожной инфраструктуры; расширение гостиничного фонда; создание рабочих мест; развитие внутреннего и въездного туризма (туризма выходного дня); невысокая стоимость полноценного отдыха; бизнес-решение для проведения крупных спортивных мероприятий, выставок; рост имиджа России как страны, привлекательной для автотуризма.

Глава 4. Роль цифровых технологий и онлайн-платформ в продвижении внутреннего туризма

Актуальность данного исследования обусловлена общероссийской тенденцией к развитию внутреннего туризма в России, обозначенной в государственной программе Российской Федерации «Развитие туризма» до 2030 года, утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 24 декабря 2021 г. № 2439¹⁸.



Рисунок 1. Оценка туристического потока по округам.

Исходя из последних данных Росстата по внутреннему туристическому потоку, он вырос в стране за 9 месяцев 2023 года на 16,5%, но все же остается недостаточно интенсивным. Данное исследование уделяет особое внимание привлечению молодежи к изучению родных регионов, поддерживает интерес граждан к малой родине (Рис. 1). Инновационную роль здесь занимает идея интеграции игропрактик, геймификации (внедрения игровых форм в неигровой контекст: работу, учебу и повседневную жизнь) и цифрового опыта в туристическую сферу, что способствует вовлечению людей в идею Ростуризма, способствует выстраиванию новых коммуникаций и развитию дополнительных сообществ¹⁹.

¹⁸ Государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма», утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 24 декабря 2021 г. № 2439

¹⁹ Левчик, Л.Д. Повышение туристической роли монастырей, скитов и храмов в контексте их социокультурного возрождения / Л.Д. Левчик // Научные исследования: история, образование и культура, сфера дизайна и туризма: материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых, Елец: Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, 2017. – С. 400-407.

В рамках исследования мы разрабатываем цифровой продукт – приложение-маршрутизатор (рабочее название ТурРос), которое может использоваться:

- туристами, которые хотят самостоятельно спланировать свою поездку, разнообразить ее, получить максимально позитивный и полный опыт от посещения точек интереса (достопримечательностей, музеев, культурных мероприятий, фотозон, смотровых площадок и т.д.) посещаемого города или региона;

- туристическими компаниями в целях расширения своих маршрутов;
- жителями регионов, где проходят маршруты.

Новым решением в данной концепции цифрового маршрутизатора является использование системы геосинхронизации (процесса получения приложением данных со спутника), она используется для подтверждения факта личного достижения пользователя, который находится в определенной точке местности, которая значится в приложении как точка интереса.

Данное приложение может использоваться в сфере туризма, так как он занимает особое место во взаимосвязи социальной и экономической сфер жизнедеятельности человека: относясь к непроеизводственной сфере услуг, он тесно взаимодействует со сферой производства как любая сфера экономической жизни общества. Функциональное назначение проекта познавательно-просветительское и развлекательное.

Изучив рынок приложений, мы выделили ряд основных аналогов, которые и были подробно проанализированы. В результате, мы выделили их существенные преимущества и недостатки:

1. На сайте сервиса **OneTwoTrip** <https://www.onetwotrip.com/> можно забронировать отель, купить билет на поезд, самолет, приобрести автобусную экскурсию, арендовать автомобиль или выбрать маршрут. Сервис предлагает популярные туристические направления из Москвы. В одном из разделов можно забронировать командировку или туристическое путешествие. Сервис предоставляет рейтинг более двух миллионов отелей в России и за рубежом, можно копить трипкоины на бесплатные путешествия. При установке приложения пользователь получает сразу 50 трипкоинов. Здесь можно увидеть билеты на самолет по популярным направлениям, на сайте работает поддержка для связи с клиентами и решением возникших вопросов.

Из преимуществ сервиса можно следующие:

1. Возможность поиска наилучших предложений.
2. Возможность сравнить стоимость различных видов туристических услуг.
3. Доступность на нескольких языках.
4. Пользователи могут копить бонусы или получать скидки.
5. Имеется мобильное приложение.

Однако, у OneTwoTrip есть определенные недостатки:

1. Отсутствие достаточной информации о бронированиях и изменениях в расписании рейсов.
2. Не все авиакомпании и рейсы, предоставляющие более бюджетные варианты, можно найти на сайте.
3. Пользователи могут столкнуться с дополнительными платежами, не прописанными в стоимости бронирования.

2. На сайте **Tripster** <https://experience.tripster.ru/> мы можем выбрать многодневные поездки по всему миру. Сервис предлагает путешествия в 724 города мира. Можно прочитать отзывы пользователей о приложении Tripster, представлены более 500000 отзывов от путешественников. Прокрутив страницу вниз и выбрав раздел О проекте, можно почитать о работе сервиса, инструкцию по бронированию экскурсии, там же представлены ответы на часто задаваемые вопросы. В разделе Помощь можно посмотреть, какие экскурсии предлагаются, задать вопрос гиду, при необходимости связаться с техподдержкой.

Среди преимуществ можно отметить следующие:

1. Сервис напрямую связывает туристов со знающими местными жителями, те, в свою очередь, предоставляют индивидуальные туры, маршруты и т.д.
2. Туристы могут изменять маршруты под себя.
3. Можно забронировать жилье в различных отелях или других местах проживания.

Ниже приведены некоторые недостатки сервиса Tripster:

1. Разнообразие путешествий напрямую зависит от гидов, которые находятся в определенных областях. Где меньше специалистов, там меньше экскурсий.
2. Стоимость туров с местными жителями может быть значительно дороже, чем обычные экскурсии.
3. Само качество экскурсий и туров полностью зависит от профессионализма и опыта специалистов.

4. Не всегда быстро получается организовать поездку, это зависит от доступности экспертов и их услуг.

3. На главной странице сайта **CouchSurfing** <https://www.couchsurfing.com/> появляется окно регистрации, где после её прохождения можно посмотреть функционал самого сервиса. Основная идея данной платформы – путешественники находят гостеприимство у местных хозяев, которые предоставляют им спальные места. На сайте есть возможность обратиться в поддержку для решения каких-либо вопросов. К сожалению, без прохождения регистрации невозможно посмотреть какую-либо информацию о путешествиях.

Можно выделить следующие преимущества:

1. Туристы могут поселиться к местным хозяевам, которые предоставляют свое жилье бесплатно. Это может помочь значительно сэкономить бюджет.

2. Сервис помогает людям обмениваться культурным опытом между путешественниками и местными жителями.

3. Платформа проверяет отзывы туристов на подлинность, чтобы пользователи могли быть уверены, что отзывы настоящие.

Хотя у CouchSurfing есть и заметные недостатки:

1. Найти жилье получается не всегда, потому что это зависит от наличия гостиниц или других видов жилья в конкретном месте.

2. Даже несмотря на систему проверки отзывов, все равно попадают ненадежные хостелы или гости.

3. Иногда хозяева могут ставить ограничения по времени проживания, что неудобно.

4. Не всегда можно сразу найти жилье, порой приходится искать достаточно долго.

4. На главной странице сайта **Level.Travel** <https://level.travel/> нас встречает поиск интересующего маршрута или города. Пролистав сайт дальше, можно посмотреть интересные туры, популярные страны для путешествий, статьи и лайфхаки для туристов. Сервис предоставляет возможность искать и бронировать туры на различные направления, включая пакетные туры, круизы и экскурсии. Сайт предлагает посмотреть туры и отели, которые пользуются большой популярностью. Сервис стремится сделать путешествия более доступными, особенно актуальна покупка горячих туров, которые, как правило, дешевле обычных. Внизу странички сайта размещена информация о 44 странах, можно выбрать любую интересующую.

Определенные преимущества сервиса:

1. Туристы могут настраивать путешествия под себя – выбирать длительность, тип жилья, авиабилеты и другие параметры.
2. Предлагаются разные акции и скидки на путешествия.
3. Имеется возможность оценивать туры и оставлять отзывы о своих путешествиях, это помогает другим людям в выборе.
4. Прямое общение с туроператорами, никаких третьих лиц.
5. Предоставляет круглосуточную поддержку пользователей по телефону.

Недостатки сервиса:

1. В некоторых странах достаточно ограниченный перечень путешествий или туров.
2. Возможно изменение цен на туры уже после бронирования в зависимости от времени или сезонов.
3. Не предоставляются определенные типы путешествий (например, для семей с детьми или активных туристов).

5. Сервис **Мир Турбаз** <https://mirturbaz.ru/> сразу встречает поиском интересующей базы отдыха, региона или водоема, даты поездки. Ниже на сайте рекламируются популярные места разных областей, известные регионы, далее рассказывается о его преимуществах, а в разделах внизу веб-сайта можно посмотреть инструкцию о том, как забронировать тур или же как его оплатить и контактную информацию платформы.

Выделенные преимущества:

1. Бесплатное бронирование без скрытых платежей, нет сбора за бронирование.
2. Пользователи могут искать разнообразные варианты баз отдыха, начиная от курортов и гостиниц до кемпингов и коттеджей.
3. Можно сравнивать разные туры и экскурсии по цене, типу размещения, расположению и другим параметрам.
4. Поддерживает разные способы оплаты, такие, как банковские карты, электронные деньги и наличные на турбазе.
5. Пользователи могут оставлять отзывы и оценки о местах, где они останавливались, что помогает другим туристам.
6. Позволяет бронировать жилье напрямую через платформу.

Из недостатков можно выделить следующее:

1. Мир Турбаз ориентирован на Россию, предложения за ее пределами могут быть ограниченными.
2. По отзывам пользователей, качество туров может сильно отличаться между собой.
3. Иногда фотографии на сайте не соответствуют действительности.
4. Ограниченный ассортимент сервиса за счет приоритета именно туристических баз.
5. Забронированные места не всегда совпадают с действительно свободными местами.
6. На главной странице сайта **Большая Страна** <https://bolshayastrana.com/> имеется удобная система поиска интересующего нас региона, вида отдыха и даты путешествия. Платформа имеет 2182 тура по всей России, но предоставляется возможность выбора не только туров, но и круизов. В этом же месте представлена интерактивная лента с интересными местами (5079 вариантов путешествий по всей России). Внизу сайта располагаются отзывы туристов, воспользовавшихся сервисом Большая Страна на платформе Google Rating (44 отзыва, оценка 4.9) и Яндекс (95 отзывов и оценка 5.0). Во вкладке Круизы можно выбрать тип круизов, город отправления, направление и дату, предоставляется 2709 круизов по всей России. На сайте можно найти авторские туры, всего их 564. Большая Страна – федеральный сервис, который затрагивает 101 регион и 22 вида отдыха, предоставляет корпоративные туры по всем регионам и многое другое.

Можно подчеркнуть следующие преимущества:

1. Дает широкий выбор туров и путешествий по разным регионам России.
2. Платформа реализует организацию и продажу билетов на различные мероприятия, фестивали и концерты в России.
3. Туристы могут выбрать себе как групповой тур, так и индивидуальный, в зависимости от предпочтений.
4. Постоянная поддержка своих клиентов, профессиональные консультации, чтобы помочь туристами с организацией своей поездки.
5. Большая Страна сотрудничает только с опытными гидами и экскурсоводами.
6. Как и многие другие туроператоры, Большая Страна предлагает акции и скидки для туристов.

Недостатки данной платформы:

1. Сервис в основном направлен на Россию, это ограничивает выбор для тех, кто интересуется международными поездками.
2. Количество акций и скидок достаточно небольшое.
3. Не все туры можно забронировать онлайн через платформу.

7. На сайте **Tripadvisor** <https://www.tripadvisor.ru/> пользователя сразу встречает удобный поиск интересующего места, выше можно увидеть 4 раздела, которые включают в себя отели, развлечения и рестораны. Отдельно показаны интересные рестораны, отмеченные наградой Travellers' Choice: лучшее из лучшего. Можно перейти в раздел идей для вдохновения, где находятся рассказы о путешествиях и наградах Travellers' Choice, а следующий раздел позволяет планировать свою поездку. Сайт имеет обратную связь и поддержку своих клиентов, можно написать отзыв, добавить место или посмотреть другую информацию о путешествиях. Сервис предлагает установить их приложение на IOS или Android, но к сожалению, на данный момент приложение недоступно в России.

У сервиса TripAdvisor присутствуют существенные преимущества:

1. На сайте размещено огромное количество отзывов и оценок от туристов по всему миру о разных отелях, ресторанах и т.д.
2. Путешественники могут прямо здесь забронировать отель, выбрать ресторан, купить авиабилеты и многое другое.
3. На сайте представлены сообщества – форумы для обсуждения путешествий.
4. Туристы могут загружать на сайт свои фотографии и видеоролики, делиться впечатлениями.
5. Удобное мобильное приложение.

Недостатки сервиса, которые можно выделить:

1. Навигация на сайте и в приложении может быть сложной для неопытных пользователей.
2. Не все отзывы объективны или реальны, бывают и фейковые.
3. Много сторонней рекламы, из-за этого бывает сложно отличить реальные отзывы от рекламы.
4. О некоторых непопулярных или удаленных местах может быть мало информации или отзывов.

8. На главной странице сайта **Яндекс.Путешествия** <https://travel.yandex.ru/> нас встречает привычный поиск места путешествия, можно выбрать необходимый вариант из 5 вкладок – отели, авиа, ж/д, автобусы и туры. Отдельно имеется раздел Акции и скидки, где можно

посмотреть интересные промокоды на путешествия: скидки на отели, продажа авиабилетов и многое другое. В следующем разделе можно связаться с поддержкой сервиса, в раздел Избранное можно добавить понравившееся нам предложение. И последние 2 раздела, в которых можно посмотреть свои завершённые поездки, для удобства пользования необходимо авторизоваться или же зарегистрироваться. Ниже приведен список отелей и других вариантов размещения по выгодным ценам, содержится небольшая справка по популярным местам вместе с минимальной стоимостью проживания, инструкция, как забронировать отель. На сайте присутствует реклама от компании Яндекс, где можно отслеживать разные промокоды или другие сервисы компании.

Преимущества, которые стоит отметить:

1. Сравнение цен на гостиницы в разных регионах и городах.
2. Можно создать свой маршрут, добавить интересные места, отели, рестораны и т.д.
3. Платформа Яндекс.Путешествия предоставляет информацию не только о городах, но и о достопримечательностях, ресторанах, музеях и других интересных местах.
4. Огромная библиотека отзывов – туристы могут оставлять и читать отзывы о разных местах, оценивать их, таким образом, складывается общий рейтинг.
5. Сервис дает советы и рекомендации по путешествиям.
6. Для удобства разработано мобильное приложение.

Из недостатков можно отметить следующие:

1. Сервис направлен в основном на Россию, поэтому мало информации о зарубежных странах и городах.
2. Не всегда информация актуальна, так как сервис собирает информацию из других источников.
3. Иногда пользователям приходится завершать бронирование через другие сайты, на которые их переводит сервис.

9. На главной странице платформы **Омио** <https://www.omio.ru/> нас встречает стандартный поиск с указанием маршрута: откуда и куда поездка, а также ее даты; существуют 4 раздела – поезда, автобусы самолеты, паромы. Сервис Омио предоставляет возможность удобно бронировать свои путешествия, можно авторизоваться или зарегистрироваться на сайте. Сразу же на главном экране платформа предлагает установить их бесплатное мобильное приложение, что достаточно удобно. Ниже можно сравнить варианты путешествия по Европе на поезде, автобусе и самолете,

посмотреть популярные маршруты. Пролистав сайт дальше, можно бронировать билеты в представленных на платформе транспортных компаниях, здесь работает центр поддержки клиентов для решения разного рода вопросов.

У сервиса есть определенные преимущества:

1. Омио предоставляет информацию о различных видах транспорта и маршрутах.
2. Удобно сравнивать цены и временные расписания транспорта.
3. Можно бронировать билеты прямо на платформе, не переходя на другие сайты.
4. Поддержка нескольких языков и валют, что удобно.
5. Туристы могут оставлять отзывы и оценки после поездки.
6. Бесплатное мобильное приложение.

Недостатки, которые можно выделить:

1. Отсутствие информации о малоразвитых регионах.
2. Может брать дополнительную плату (комиссию) к цене билетов.
3. Не всегда предоставляется информация о правилах перевозки багажа, услугах и дополнительных опциях.

10. Платформа **Trip Adventure Line** <https://tripadline.ru/>, здесь путешественников встречает привычная система поиска: необходимо указать город, дату поездки и выбрать тип билета. На сайте 2 раздела - авиабилеты и отели, а также дополнительный раздел туристических сервисов. Ниже располагаются популярные направления для путешествий и дешевые авиабилеты из Москвы, раздел Помощь и советы, где размещены ответы на часто задаваемые вопросы. Предлагается планирование поездок не только в России, но и по всему миру, это 9049 городов, 548112 направлений, 1083 авиакомпании, 811 авиакасс, но сервис не продает авиабилеты и другие туристические продукты, а лишь предлагает удобный фильтр, сравнение и поиск билетов.

Из преимуществ приложения можно сделать акцент на следующие:

1. Удобный поиск и сравнение цен на билеты от разных поставщиков, однако покупать и бронировать их необходимо напрямую у авиакомпаний.
2. Большой набор разных фильтров для поиска билетов.
3. Предлагается огромный список туристических сервисов.

Недостатки, которые тоже стоит отметить:

1. Так как платформа собирает информацию из других источников, бывает, что некоторые данные или цены не всегда актуальны.

2. Сервис предоставляет возможность найти или сравнить билеты, а для покупки билетов необходимо переходить напрямую на сайт авиакомпании, что неудобно.

9. На интернет-портале **Авиасейлс** <https://www.aviasales.ru/> сразу в глаза бросается интересный дизайн, где присутствует удобный поиск авиабилетов, необходимо только выбрать город отправления и город конечного прибытия, дату и тип поездки. На сайте 4 основных раздела: авиабилеты, отели, Короче о городах, для бизнеса. В разделе авиабилетов можно не только найти удобные для нас билеты, но и даже выбрать концерт любимой группы в другом городе и отправиться туда наиболее удобным рейсом. Этот же раздел предоставляет варианты разных заведений питания и интересные достопримечательности. Пролистав сайт ниже, можно увидеть популярные направления для путешествий. В разделе Короче о городах можно выбрать интересующий нас город, затем сервис предлагает на выбор районы города, в которых собрано небольшое описание района, примерный ценовой сегмент и целевую аудиторию посещения, известные места для туристов, локальные точки для местных жителей, места для фотографий из разных социальных сетей, популярные отели, рестораны и бары. Для удобства пользования предлагается пройти авторизацию или зарегистрироваться, можно скачать бесплатное мобильное приложение. На платформе в разделе Помощь и советы пользователи могут посмотреть ответы на часто задаваемые вопросы или связаться со службой поддержки.

Из существенных преимуществ можно выделить:

1. Сервис быстро сравнивает цены от разных авиакомпаний, агентств и онлайн продавцов.
2. Интерактивные карты, где удобнее выбирать билеты по местоположению и с учетом бюджета.
3. Функция уведомлений пользователей о снижении цен на конкретные маршруты и направления.
4. Бесплатное мобильное приложение, где можно искать и бронировать билеты.
5. Доступен на нескольких языках.

А недостатки его следующие:

1. Некоторые авиакомпании и онлайн агентства включают комиссии или дополнительные сборы в цену билетов, при этом сервис не всегда показывает скрытые расходы.
2. Цены на билеты могут меняться достаточно быстро: на платформе может быть одна цена, а на сайте авиакомпании уже будет

другая стоимость с учетом изменений, поэтому приходится внимательно следить за этим.

3. Некоторые акции и скидки могут быть ограничены по времени: сегодня акции еще действует, а завтра уже может быть недоступна.

10. На главном экране **Туту.ру** <https://www.tutu.ru/> мы видим стандартный поиск билетов с указанием места отправления, точки прибытия и даты поездки. Сервис предлагает 8 разделов: авиабилеты, ж/д билеты, автобусы, электрички, отели, туры, приключения и аэроэкспрессы. Для удобства платформа предлагает пройти авторизацию или зарегистрироваться. Ниже можно увидеть новые интересные статьи о путешествиях в путеводителе, далее сервис рассказывает о своих преимуществах, можно посмотреть рейтинг перевозчика и почитать подробные отзывы от туристов. Предлагается быстрая онлайн-оплата: купить ж/д билет можно за 4 минуты, а авиабилет за 7 минут. При необходимости на сайте можно произвести онлайн возврат билетов. На платформе работает поддержка 24/7 в круглосуточном контакт-центре. Для удобства пользователей Туту.Ру предлагает скачать мобильное приложение на IOS или Android. В разделе Туры сервис предлагает изучить популярные туристические направления и выбрать подходящего туроператора, а в разделе Путешествия можно найти конкретное интересующее место. Здесь появляются предложения приключений со скидками или экскурсии на один день. Предоставляется информация об авторских турах как на несколько дней, так и на целый отпуск, можно выбрать интересующий континент и страну. Внизу раздела представлены популярные страны для путешествий и лучшие организаторы туристических поездок.

Из преимуществ, которые стоит отметить:

1. Большой выбор транспорта и билетов для перемещения между регионами и городами.
2. Функция сравнения цен, расписания и наличия билетов.
3. Информация о станциях, остановках, их расположении и другое.
4. Есть информация о классах обслуживания, типах транспорта и доступных услугах на борту.
5. Бесплатное мобильное приложение.
6. На платформе в наличии полезные статьи из путеводителя и советы от путешественников.

Недостатки, на которые хочется обратить внимание:

1. Сервис ориентирован на работу в России, поэтому не работает с другими странами.
2. Платформа не всегда предоставляет полную информацию о каких-то специфических маршрутах или акциях на других сайтах.
3. Информация на сайте доступна только на русском языке.
4. Если появляются проблемы с бронированием, то для их решения придется связываться напрямую с транспортными компаниями.
5. Туту.Ру направляет пользователей на сторонние сайты для бронирования достаточно часто.

11. **Тревелбелка** <https://travelbelka.ru/> встречается поиском дешевых туров с выбором места и даты поездки, также сервис предлагает оформление иностранных банковских карт. Ниже рекламируются услуги для бизнеса и переезда и горящие туры из Москвы, пролистав сайт дальше, мы видим туры из разных городов и дешевые авиабилеты. Здесь можно прочитать новости о путешествиях, прямо или косвенно связанных с туризмом, посмотреть путеводитель с интересными статьями от путешественников. На сайте можно найти огромное количество статей о разных турах, есть 6 разделов: туры, авиабилеты, отели, карты, услуги, статьи. В разделе Туры отражены горящие туры, календарь низких цен, туры в рассрочку и обзоры курортов. В следующем разделе можно найти распродажи авиабилетов, календарь низких цен и информацию о различных авиакомпаниях. Отели предлагают свои обзоры, сервис поиска отелей и инструкцию о бронировании. Раздел Карты предлагает оформить карты в Казахстане, Беларуси и Киргизии. Услуги, предложенные на сайте, это туристическая страховка, ОСАГО-онлайн, прокат авто, автобусы в России, входные билеты, экскурсии и трансферы в аэропорт. Раздел Статьи предлагает почитать новости о туризме, различные интервью и советы от путешественников.

Определенные преимущества сайта, которые необходимо отметить:

1. Большой выбор бронирования авиабилетов, отелей, гостиниц и другое.
2. Удобно сравнивать цены от разных перевозчиков и поставщиков.
3. Предоставляет специальные предложения, акции и скидки для пользователей.
4. Поддержка сайта помогает решать вопросы напрямую.

А недостатки следующие:

1. Как и у некоторых сервисов выше, у Travelbelka могут появляться дополнительные комиссии и сборы, о которых не сказано на платформе или в момент бронирования.

2. Цена на платформе не всегда может совпадать со стоимостью на сайте транспортной компании. Например, сегодня цена одна, завтра может быть совсем другая.

3. Некоторые детали при бронировании могут быть непонятны пользователям, приходится обращаться в поддержку, что неудобно.

4. Сервис в основном направлен на ближайшие регионы и направления, недостаточно затрагивая отдаленные места.

5. Далеко не всегда показаны лучшие предложения, бывает такое, что на официальном сайте транспортной компании более актуальные предложения.

12. **Командировка.py** <https://www.komandirovka.ru/> , на главной странице нас размещена функция поиска места для путешествия. Сервис ориентирован на групповые туры, конференции и деловые командировки. Можно выбрать один из 8 разделов – страны, города, такси, гостиницы, квартиры посуточно, конференц-залы, предприятия, места. Для удобства использования предлагается авторизоваться на сайте или зарегистрироваться. Платформа предлагает интересную идею с фотографией дня и сувениром дня, под фотографиями можно оставлять комментарии, ставить оценки и отмечаться, были вы в этом месте, или нет. Слева экрана можно выбрать новые карты путешествий или построить свой маршрут. Здесь показаны интересные достопримечательности и рейтинг населенных пунктов от туристов. Ниже сервис предлагает посетить нетуристические пункты, еженедельно на сайте появляется новое место. Далее представлены популярные направления и самые активные пользователи с указанием количеством городов и стран, которые они посетили.

Преимущества, которые можно выделить:

1. Удобно искать и сравнивать разные варианты для бронирования гостиниц и не только.

2. Сервис предлагает вести учет и управление расходами во время командировки, что очень удобно.

3. Помогает в создании документов и отчетов, связанных с командировкой.

4. Предоставляет поддержку своим пользователям, проводит консультации для организации командировок.

Недостатки, которые можно отметить:

1. Может брать дополнительные комиссии или сборы в процессе бронирования.
2. Ориентирован в основном на российские командировки.
3. Некоторые услуги на сайте могут быть просто недоступны.

Проведенный нами обзор сервисов показывает, что для функционирования таких приложений необходимы мощные сервера, содержащие обширную базу метаданных о множестве туристических объектов, включая большое количество отзывов, фотографий и информации о местоположении клиента (с возможностью подключения к GPS, т.н. геосинхронизация), а также информацию о достижениях и перемещениях каждого пользователя. Стоимость разработки подобных приложений доходит до полутора миллионов рублей, велика и стоимость содержания самого сервера, которая зависит от его размера, услуг хостинга и количества трафика, стоимости обслуживания и поддержки.

Анонсируемый нами туристический маршрутизатор с рабочим названием ТурРос отличается от других продуктов на рынке тем, что имеет игровую функцию, реализуемую через систему индивидуальных достижений, привязанных к посещению определенных мест (геолокации) и выполнению конкретных заданий с возможностью участия в соревновательном рейтинге. Рейтинг будет разделен на открытый соревновательный и индивидуальную статистику: по желанию пользователя он может дать согласие на открытие своих данных по достижениям и соревноваться с другими пользователями на скорость получения результатов или за их количество. Индивидуальная статистика будет показывать для всех пользователей, сколько процентов из общего количества пользователей получили то или иное достижение с возможностью фильтрации достижений по городам, регионам и комплексным маршрутам.

Для работы данного приложения сервер должен хранить данные о самих пользователях и их достижениях. При расчете, что нашим приложением могут пользоваться одновременно до 1000 пользователей, нам нужен будет только один физический сервер с поддержанием работы 24/7.

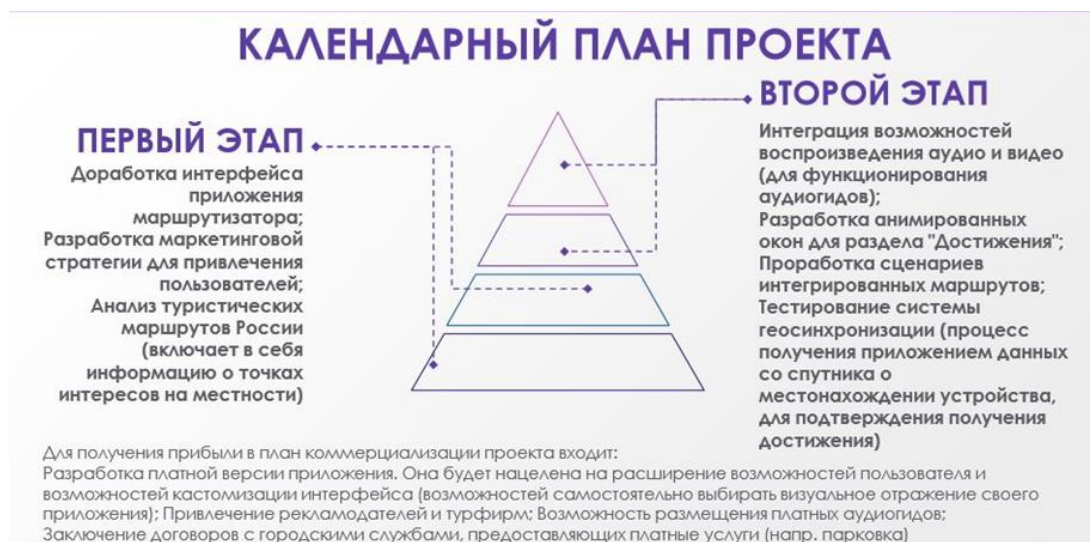


Рисунок 2. Календарный план проекта.

Разработка интерфейса приложения включает в себя:

1. Маршрутизатор (выбор маршрута, интересующего пользователя и содержащего информацию о точках интересов на местности);
2. Цифровой гид (аудиальное и текстовое сопровождение пользователя по выбранному маршруту, подкрепленное фотографиями точек интересов);
3. Система достижений индивидуальных достижений каждого пользователя под названием Дневник туриста, привязанная к маршруту с помощью GPS (Рис. 3);

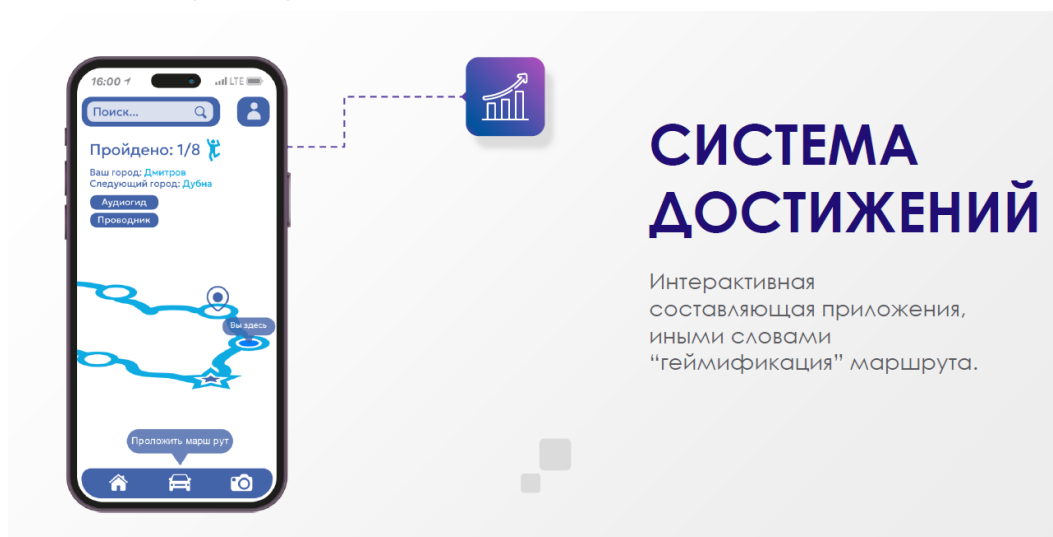


Рисунок 3. Интерактивная составляющая приложения.

4. Создание тестовой версии приложения маршрутизатора.

Для получения прибыли в план коммерциализации проекта входит:

- разработка платной версии приложения, которая будет нацелена на расширение возможностей пользователя и осуществление кастомизации интерфейса (способа самостоятельно выбирать визуальное отражение своего приложения);
- привлечение рекламодателей и турфирм;
- возможность размещения платных аудиогидов (Рис. 4);

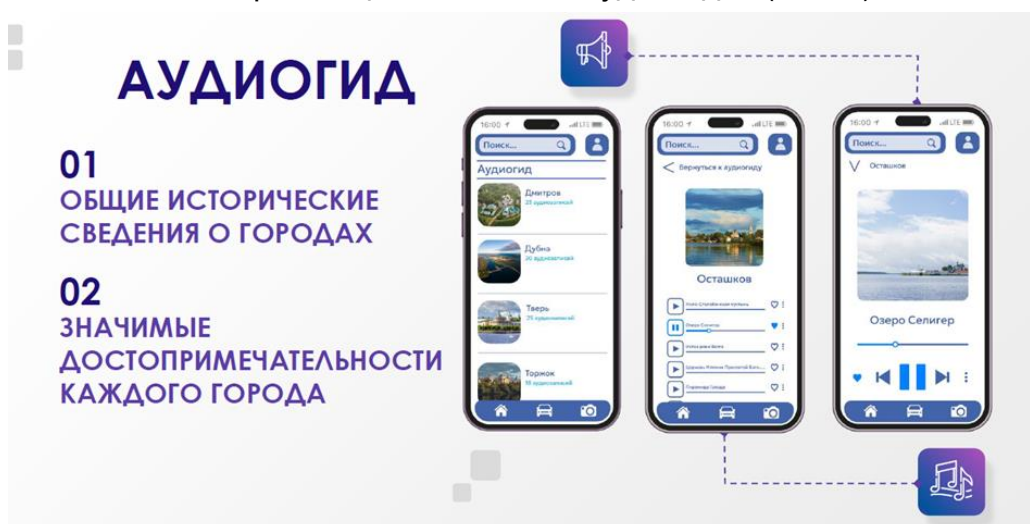


Рисунок 4. Работа аудиогuida.

- Создание фирменного стиля и фирменной продукции (Рис. 5);



Рисунок 5. Разработка фирменной продукции.

- заключение договоров с городскими службами, предоставляющих платные услуги (например, парковка).

ОБЩИЙ ИНТЕРФЕЙС ПРИЛОЖЕНИЯ

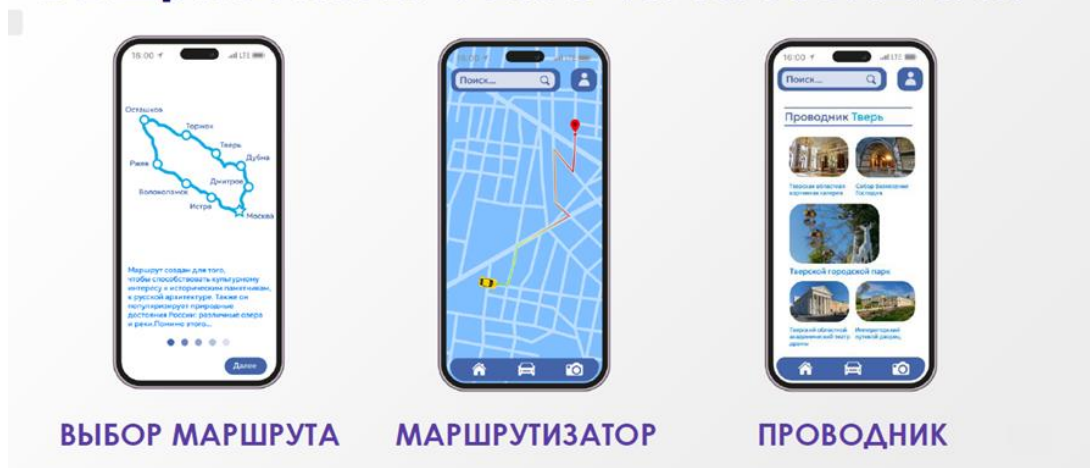


Рисунок 6. Общий интерфейс приложения.

Целевая аудитория продукта - молодежь от 16 до 35 лет, а также туристические операторы. Результат представляемого проекта в виде цифрового приложения может быть использован гражданами РФ и туристами из других стран; а результаты использования приложения после его внедрения в виде метаданных могут быть использованы Росстатом и Министерством культуры РФ для проведения аналитики по внутренним туристическим направлениям.

В заключение хочется подчеркнуть, что назначение проекта – не только исполнение государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» до 2030 года, но и повышение качества туристских услуг, популяризация внутреннего туризма среди молодежи. Проект реализует гибкий подход к особым видам туризма, таким как культурно-познавательный, экологический, патриотический и деловой, которые способствуют развитию научно-популярного, экологического и спортивного мышления граждан всех категорий.

Глава 5. Тенденции развития безбарьерной среды в гостиничной индустрии

В настоящее время в нашей стране проживают около 11,6 миллионов людей, с ограниченными физическими возможностями. Это 9 % населения России²⁰. Индустрия туризма и гостеприимства должна относиться к данной целевой аудитории, как к значимой категории потребителей, оценивая их, не только через призму гуманности и благотворительности, а еще как целевую аудиторию потребителей услуг в сфере туризма.

Социализация людей с ограниченными возможностями - одна из важнейших задач, стоящих перед государством. Создание доступной среды, соблюдение всех прав и свобод - важное условие развития гражданского общества в России.

Речь идет о создании доступной среды, включающей: оснащенность социальных объектов специальными приспособлениями, информационный доступ, специальный транспорт, а также возможность получения образования, трудоустройства и права на отдых.

Одним из показателей развитой социальной сферы является качественно разработанная и эффективно используемая на практике нормативная правовая база. В большинстве существующих нормативных документов изложены основные права инвалидов, меры государственной поддержки и нормативы, определяющие доступность среды для инвалидов.

Тенденции последних лет в РФ – коренные изменения ситуации в лучшую сторону по вопросу создания доступной среды и в сфере гостеприимства. Этому способствует принятие новых законодательных актов, внесение изменений в существующую проектную документацию, разработка программ, направленных на адаптацию людей с ограниченными физическими возможностями.

Впервые в России появились доступные объекты гостеприимства с применением принципов «универсального дизайна» при возведении олимпийских объектов в г. Сочи. Более 30 отелей были переоборудованы для размещения гостей с ограниченными физическими возможностями, построены новые средства размещения со специализированными номерами в рамках программы «Безбарьерная среда». Сопутствующие объекты

²⁰ Федеральная служба государственной статистики <https://rosstat.gov.ru/folder/13963>, дата обращения 03.04.2023 года.

туристского показа были оснащены с учетом доступности для людей с ОВЗ и маломобильных групп. В дальнейшем Паралимпийские игры создали тенденции для развития Сочи, как города-курорта с доступной инфраструктурой.

В настоящее время более доступным для людей с ограниченными возможностями становится транспортные услуги всех видов. Железнодорожный транспорт постепенно оснащается пассажирскими вагонами-купе, предназначенными для перевозки лиц с ОВЗ. Ситуация с авиатранспортом обстоит хуже, особенно в свете сокращения парка иностранных самолетов. В большинстве городов аэровокзалы модернизируются под нужды маломобильных лиц с использованием принципов «универсального дизайна». Реорганизация автобусного парка РФ проходит медленно и требует большого объема ассигнований, не предусмотренных на эти цели в бюджете субъектов РФ.

Более доступными для лиц с ограниченными возможностями стали объекты городской инфраструктуры (парковки, пандусы, поручни, шрифты).

Гостиничная инфраструктура в России модернизируется для нужд лиц с ОВЗ. Появляются специализированные номера для маломобильных гостей, расширяется спектр предоставляемых услуг. В Санкт-Петербурге успешно функционирует новый первый мини-отель «Big Marine», предназначенный для лиц с ОВЗ. В здании выполнен капитальный ремонт, демонтированы пороги, оборудованы пандусы, модернизированы дверные проемы. В каждом номере стоят дорогостоящие спальные системы, с учетом требований. Дополнительное внимание уделяется подбору квалифицированного персонала.

В отелях Москвы появились специальные номера для людей с ограниченными возможностями. Отель «Измайлово Дельта» предлагает для гостей с инвалидностью специальные условия: расширенные дверные проемы, специально оборудованная ванная комната. Комфортабельный однокомнатный номер с современным дизайном состоит из прихожей и спальни. Номер оборудован системой кондиционирования воздуха. В номере удобная современная мебель по соответствующим нормативам и ГОСТам.

Среди действующих гостиниц Москвы номер для людей с ограниченными возможностями могут представить большинство средств размещения, аккредитованных на четыре и пять звезд. В данном перечне нет малых отелей вместимостью несколько десятков номеров, и объясняется это

экономическими причинами снижения доходности гостиничного предприятия.

В иных субъектах России ситуация с отелями для людей с ограниченными возможностями менее благоприятна. Совсем небольшое количество гостиниц готово принять гостя с инвалидностью, предоставив комфортабельный, оборудованный номер.

Так, например в г. Белгород отель Аврора предлагает всего 1 номер для маломобильных лиц. В номере оборудована специальная ванная комната, удобные подъезды, установлены более широкие проемы и мебель, соответствующая техническим нормативам. В г. Курске средства размещения не предоставляют полностью оборудованный для гостей с ограниченными возможностями номера для заселения гостей города.

Для нормативно - правовой базы в этой сфере характерно наличие нормативных актов декларативного характера, имеющих малое практическое применение и исполнение на местах. Законодательная база находится в стадии внедрения, а формирование доступной среды находится на низком уровне. Существует проблема отсутствия инструмента статистического учета данных, дающих представление о доступности и адаптивности к нуждам инвалидов средств размещения, а также об уровне доходной части бюджета полученной от данной категории лиц..

Тенденцией последних лет ситуация с правами инвалидов меняется в лучшую сторону. На региональных уровнях в субъектах РФ предстоит проделать большую работу, для того чтобы гостиничные предприятия могли принимать у себя маломобильных гостей.

Государственная поддержка лиц с ОВЗ даст возможность увеличить туристские потоки в субъектах России, сформировать благоприятный имидж гостиничной инфраструктуры, получить новые источники дохода во время сложной экономической ситуации в нашей стране.

Глава 6. Развитие туризма в Николаевском муниципальном районе Хабаровского края

В настоящее время сфера туризма – это одна из наиболее стремительно развивающихся сфер социальной жизни. Сфера туризма занимает значительное место в жизни общества и выступает как социальный институт, выполняя социальные, культурные, экономические и другие функции в обществе.

Перерастание туристической услуги в сконцентрированные и ориентированные на предоставлении туристских услуг комплексы, стали основной тенденцией выживания экономики ряда государств со слабым сырьевым ресурсным потенциалом, что позволило им экономически выжить и процветать в условиях рыночной экономики. Отсюда следует, что индустрия туризма один из путей по обеспечению занятости населения, развития экономических слабых регионов и рационального использования природных и климатических ресурсов.

Туризм оказывает огромное влияния на такие ключевые секторы хозяйства как транспорт и связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и многие другие, выступая катализатором социально-экономического развития.

Развитие туризма имеет большое значение для государства в целом, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

Развитие туристской индустрии является актуальной проблемой, ее наличие и состояние напрямую зависит от степени эффективности организации туристского бизнеса отдельных экономических субъектов данного сектора экономики. Развитие этой уникальной отрасли благоприятно сказывается не только на развитии туризма в целом, но также на увеличении валового национального дохода страны и улучшении благосостояния ее граждан.

На региональном уровне есть соответствующие нормативно-правовые акты, которые регулируют деятельность по обеспечению благоприятных условий для развития туризма в регионе. Одним из основных нормативно-правовых актов является Постановление Правительства Хабаровского края от 26.06.2012 №211-пр о государственной программе Хабаровского края «Развитие внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае». Целью данной программы является создание современного эффективного конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего широкие

возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах.²¹

С 2012 года, после собрания депутатов Николаевского муниципального района Хабаровского края, реализацией в сфере туризма занимается отдел культуры администрации Николаевского муниципального района Хабаровского края.²²

Проанализируем развитие туризма в районе с 2019 по 2021 года.

Таблица 1

Основные показатели развития туристской деятельности

Показатели	2019	2020	2021
Количество иностранных туристов, въехавших на территорию района, человек	200	78	39
Внутренний туристский поток (въезд российских туристов на территорию района), человек	4000	1786	879

Источник: составлено автором на основе данных годовых отчетов администрации Николаевского муниципального района Хабаровского края

На основе представленной таблицы можно сделать вывод, что прослеживается отрицательная динамика основных показателей развития туристской деятельности, таких как количество иностранных туристов, въехавших на территорию района и внутренний туристский поток. Данные показатели говорят о низкой заинтересованности населения края, иностранных туристов в использовании туристских услуг и посещении туристических мест края.

Самый большой туристский поток наблюдался в 2019 году по сравнению с другими годами. Такое сильное снижение данных показателей связано с тем, что в 2019 году появилась неблагоприятная ситуация из-за коронавирусной инфекции COVID-19, из-за этого туристский поток снизился больше чем в 2 раза.

В Николаевском муниципальном районе с 2014 года действовала муниципальная программа «О создании условий для развития туризма на территории Николаевского муниципального района на 2014 – 2016 года», целью которой являлось создание условий для развития туризма на территории

²¹ Развитие внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае: Постановление Правительства Хабаровского края от 26.06.2012 №211-пр // Собрание законодательства Хабаровского края.2012 №6(119)

²² Текущее делопроизводство Администрации Николаевского муниципального района Хабаровского края. – 2012.

Николаевского района. В 2017 году была принята муниципальная программа «Создание условий для развития туризма в Николаевском муниципальном районе на 2017- 2021 года». Целью данной программы являлось создание современного эффективного конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах.

Данная программа действовала с 2017 по 2021 год, но она не была реализована. По данной программе не было осуществлено никакого финансирования, и муниципальная программа была закрыта.

На данный момент в Николаевском муниципальном районе нет муниципальной программы по развитию туризма, но есть муниципальная программа «Развитие культуры в Николаевском муниципальном районе Хабаровского края на 2020-2025 года». В данную программу включено такое мероприятие как событийный туризм.

Исходя из анализа показателей, можно сделать вывод, что муниципальная туристическая отрасль начала приходить в упадок с 2019 года. На данный момент существует ряд проблем, связанных с низкой численностью иностранных граждан, посещающих край и район, сокращение внутреннего туристического потока (въезд российских туристов на территорию края), а также отсутствие муниципальной программы по развитию туризма, что препятствует планомерному развитию туризма в районе.

Для развития туризма мы предлагаем создать объект, который может стать центром притяжения в Николаевский муниципальный район российских и иностранных туристов.

Наименование проекта. Создание туристической деревни «Очаг» в Николаевском муниципальном районе Хабаровского края.

Актуальность проекта.

Туризм является одной из самых главных сфер в мире и постоянно пытается развиваться. Николаевский муниципальный район располагает огромным потенциалом и территориями для развития внутреннего и въездного туризма. Государство, признавая туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации, содействует туристской деятельности и создает благоприятные условия для ее развития.

Но на данный момент развитие туризма не так сильно развито. К сожалению, в Николаевском муниципальном районе туризм сейчас находится на стадии «зарождения» и уже 3 года он пытается восстанавливаться, так как находился под влиянием неблагоприятных факторов, а именно, ограничительные меры в связи с пандемийным периодом. Данная деревня поможет

положить начало развитию туризм в районе, создать совершенно новые и уникальные туры в район и привлечь поток туристов.

Цель проекта - увеличения туристского потока на территории района на 40 % (1230,6) человек, путем создания туристической деревни «Очаг» в Николаевском муниципальном районе Хабаровского края до 2030 года.

Адресность: направлен на развитие туризма прежде всего внутренне-го, но въездной (международный) тоже имеет место быть.

Целевая аудитория:

- семьи, которые проживают в Хабаровском крае или в соседних ре-гионах;

- молодёжь страны, которой интересен данный вид отдыха;

- иностранные граждане.

Цель туристической деревни «Очаг» в Николаевском муниципальном районе состоит в том, чтобы увеличить туристский поток на территории рай-она и создать туристские тропы.

Основная идея – это создание туристической деревни, на базе кото-рой планируется полное погружение туристов в культуру коренных народов. Для туристов будет предусмотрено размещение на территории деревни, а также культурно-развлекательная программа. Они смогут научиться охо-титься, рыбачить, освоят народное ремесло, попробуют все национальные блюда, а и даже научатся их готовить. Организация всего досуга и туризма в деревне будет осуществляться малочисленными народами севера при поддержке центра культуры малочисленных народов Севера.

Что ждет в данной деревне туристов.

В туристическую деревню «Очаг» можно приехать любому туристу предварительно забронировав место и выбрав пакет услуг.

После прибытия туристов в деревню их расселяют по домикам, ко-торые предназначены специально для погружения в культуры народа.

Далее каждый турист сможет ближе знакомиться с деревней и его «жителями» в течение всего времени. Сначала все смогут более подробно изучить и осмотреть окрестности деревни на специальной экскурсии.

Еще одно важное место на территории деревни – это дом обрядов. В данном доме туристы смогут увидеть, как проходят обряды в деревне и даже поучаствовать в них.

На территории деревни можно познакомиться с традиционными блюдами народа, попробовать их и даже приготовить. Мастер классы будут проводиться жителями деревни и потом в кафе туристы смогут попробовать блюда.

Так же в деревне «Очаг» можно будет узнать историю ремесла жителей, попробовать сделать национальные костюмы, научиться правильно разделывать рыбу и узнать азы охоты.

Можно будет приобрести три разных пакета пребывания в деревне:

1. «Я сам». В данный пакет входит только проживание и питание и экскурсия по всей деревне. Билеты на все остальные мероприятия, мастер-классы и выезды нужно приобретать и бронировать самостоятельно.
2. «Погружение в деревню». Данный пакет включает в себя проживание, питание, экскурсию по деревне, все мастер-классы, представленные для туристов, посещение музея и участие в национальных праздниках.
3. «Все включено». Данный тариф будет включать в себя все, что перечислено в пакете «Погружение в деревню», плюс сюда будет входит посещение дома обрядов.

На базе данной деревни отдельно можно купить туры нескольких пакетов:

1. Тур «Рыбалка на горных речках».
2. Тур «Недельная охота».

Управленческим инструментом проекта является соглашение муниципальное-частного партнерства, заключенное между администрацией Николаевского муниципального района Хабаровского края и заинтересованным частным партнером. Данная форма позволит привлечь дополнительные инвестиции на развитие отрасли туризма в районе и создать наиболее благоприятные условия и заинтересованность частному партнеру.

Этапы реализации проекта.

Проект туристическая деревня «Очаг» в Николаевском муниципальном районе Хабаровского края, направленные на узнаваемость района и развитие туризма будут реализованы в три основных этапа:

1. Подготовительный – формирование нормативной и организационно-методической базы.
2. Реализационный – разработка и строительство туристической деревни, и разработка туров.
3. Завершающий – анализ наступивших эффектов реализации проекта.

Мероприятия по данным этапам представлены в таблице 2.

Таблица 2

План мероприятий реализации проекта Туристическая деревня «Очаг»

№ п/п	Наименование мероприятия, контрольной точки	Сроки реализации
Подготовительный этап		
1	Подготовка проекта и обсуждение его со стейкхолдерами	Май-июль 2023 г.
1.1	Утверждение проекта	май
1.2	Утверждение рабочей группы по проекту	май
1.3	Определение кандидатуры руководителя проекта	май
1.4	Разработка концепции данного проекта	Май-июль
1.5	Определение площадки для создания туристической деревни	июнь
Реализационный этап		
2	Поиск земельного участка для строительства деревни	Июнь-июль 2023
2.1	Конкурсные процедуры по подбору частного партнера	Июль-сентябрь 2023
2.1	Заключение соглашения МЧП с частным партнером	Сентябрь 2023
2.2	Выделение земельного участка для проекта	Июль-октябрь 2023
2.3	Разработка проекта и утверждение дизайна деревни	Сентябрь-ноябрь 2023
2.4	Строительство и оборудование деревни	Ноябрь 2023 – август 2024
2.5	Разработка программы и режима работы деревни, туров	Июнь-август 2024
2.6	Заключение контрактов о сотрудничестве с транспортными компаниями	Август-сентябрь 2024
2.7	Заключение контрактов с туристическими фирмами на проведение туров	Август-сентябрь 2024
2.8	Полная проверка туристической деревни и маршрутов	Октябрь 2024
2.9	Размещение информации о туристической деревне на туристическом портале Хабаровске края, Телеграмм канале и официальном сайте администрации Николаевского муниципального района	Октябрь 2024
2.10	Реализация проекта (Эксплуатационный этап соглашения муниципально-частного партнерства)	2024-2030
Завершающий этап		
3	Подготовка отчетных документов о реализации проекта	2030
3.1	Постоянный мониторинг результатов проекта	Ежегодно

Оценка стоимости проекта.

При оценке стоимости проекта была выбрана концептуальная оценка стоимости проекта.

Так же при оценке стоимости проекта была учтена и типология ресурсов проекта. Затраты по типам ресурсов представлены в таблице 3.

Таблица 3

Типология ресурсов проекта Туристическая деревня «Очаг»

Тип ресурса	Пример
Трудовые ресурсы	Кадры при реализации Туристической деревни «Очаг»
Основные фонды	Транспорт, средства размещения
Оборотные фонды	Материальные ресурсы

Оценка стоимости проекта была произведена через определение системы ресурсов проекта (таблица 4).

Таблица 4

Представление бюджета проекта в разрезе мероприятий проекта и ресурсов для их реализации (руб.)

Мероприятия проекта и ресурсы для их реализации	Затраты
Подготовительный этап	
1 Разработка проекта	100 000
Реализационный этап	
2 Разработка дизайна деревни и проектные работы	350 000
2.1 Строительные работы, оснащение и оборудование деревни	10 000 000
2.2 Заключение контрактов с транспортными компаниями	400 000
Итого	10 850 000

Таким образом, расчет бюджета проекта показал, что общая стоимость проекта составит 10 850 000 руб. Финансирование будет осуществляться на средства инвестора (частного партнера) при софинансировании из краевого бюджета в рамках реализации краевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае». Публичный партнер соглашения МЧП (администрация Николаевского муниципального района) в рамках выполнения своих обязательств выделит земельный участок под строительство деревни, проведет переговоры с транспортными компаниями с целью заключить договоры и обеспечит взаимодействие с Министерством туризма Хабаровского края.

Для оценки стоимости проекта использовался метод «снизу-вверх», который предусматривает оценку затрат по этапам проекта. Большая часть расходов приходится на создание самой деревни: разработка дизайна деревни, строительство и заключение контрактов с транспортными компаниями.

Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы хозяйства как транспорт и связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и многие другие, выступая катализатором социально-экономического развития территории.

Таким образом, развитие туризма одно из важных направлений в Николаевском муниципальном районе, которое необходимо развивать. Проанализировав деятельность администрации Николаевского муниципального района Хабаровского края по обеспечению условий для развития туризма в районе, можно сказать, что он находится только на пути своего развития. Район обладает большим природным и культурным потенциалом, который позволит, при грамотном использовании привлечь инвестиции в развитие

туристической отрасли района и Хабаровского края в целом, и привлечь российских и иностранных туристов. В перспективе развития данного проекта можно будет расширить перечень туристических маршрутов, рассчитанных на различные категории населения (семейные пары, отдых с детьми, смешанные группы и т.д.). Помимо посещения деревни, туристам можно будет предложить полюбоваться красивыми природными объектами, катание на квадроциклах, сезонная и всесезонная рыбалка и охота, веревочный городок различных уровней сложности, познакомиться с культурами народов Крайнего севера и другие.

Заключение

Цифровизация, как выяснилось, играет важнейшую роль в модернизации отрасли, предоставляя новые инструменты для управления и продвижения туристических продуктов. Развитие инфраструктуры и услуг, а также учет текущих тенденций и перспектив автотуризма могут стать основой для укрепления внутреннего туризма как экономической основы регионов. Создание безбарьерной среды и развитие туризма в конкретных муниципалитетах, демонстрируют важность индивидуального подхода к каждому территориальному образованию. В целом, монография подчеркивает необходимость комплексного подхода к развитию внутреннего туризма, который будет способствовать устойчивому экономическому росту и повышению качества жизни населения.

В заключение мы хотели бы выразить глубокую признательность всем авторам этой монографии за их труд и вклад в изучение трансформации внутреннего туризма. Их бесценные знания, усилия и инновационный подход позволили собрать воедино комплексное исследование, которое несомненно послужит фундаментом для будущих научных работ и развития отрасли. Благодаря их экспертизе, мы можем заглянуть в будущее внутреннего туризма с оптимизмом и готовностью к новым достижениям.

Библиографический список

1. Автомобильный туризм в современной России: точки роста. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomobilnyy-turizm-v-sovremennoy-rossii-tochki-rosta/>, свободный - дата обращения 29.09.2022 г.
2. Айрапетян В.Г. Цифровизация туризма: современные тенденции и динамика развития // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. серия: экономика и право. – 2022 – №3. – С. 11–14.
3. Афанасьев О.Е. Планирование и реализация стратегии развития туризма: мировой опыт и практика в России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/planirovanie-i-realizatsiya-strategii-razvitiya-turizma-mirovoy-opyt-i-praktika-v-rossii>
4. Берлизев Р.Н., Скребец А.А. Экономическая оценка развития отрасли туризма в России в условиях пандемии // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №3-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-otsenka-razvitiya-otrasli-turizma-v-rossii-v-usloviyah-pandemii>
5. Будник В.Н., Силина Е.Д., Николаева Н.А. Современный опыт развития туризма в России и за рубежом: основные проблемы // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-opyt-razvitiya-turizma-v-rossii-i-za-rubezhom-osnovnye-problemy>
6. Бушуева И.В. Новые стратегические приоритеты развития туризма в России // Сервис +. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-strategicheskie-prioritety-razvitiya-turizma-v-rossii>
7. В России нарастает волна автотуризма. Режим доступа: <https://rg.ru/2020/07/22/v-rossii-narastaet-volna-avtoturizma.html>, свободный- дата обращения 09.09.2022г.
8. Везнер Э.Е.1, Кацнель С.А. Значение цифровизации в туризме и организации мероприятий // Омские социально-гуманитарные чтения – 2023: материалы XVI Межд. науч.-практ. конф. (Омск, 22–24 марта 2023 г.) – Омск, 2023. – С. 145 – 47.
9. Государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма», утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 24 декабря 2021 г. № 2439
10. Зайцева, Н. А. Безбарьерный туризм / Н. А. Зайцева, Д. Б. Шуравина. – М.: КноРус, 2016. – 54 с.
11. Информационно-аналитический портал государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» [Электронный ресурс.- Режим доступа: <https://www.zhit-vmeste.ru>, дата обращения 02.04. 2023 год.

12. Калимуллин Д.М., Тишакова А.А. Современное состояние и перспективы развития туристической отрасли в России // Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам IX междунар. науч.-практ. конф. - № 7(9).
13. Капустина В.П., Бережной А.В. Развитие туристской деятельности в муниципальном образовании // Вопросы науки и образования. 2019. №5 (50). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-turistskoy-deyatelnosti-v-munitsipalnom-obrazovanii>
14. Карпова Г.А., Валеева Е.О. Проблемы и перспективы развития туризма в условиях пандемии // Известия СПбГЭУ. 2021. №1 (127). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-turizma-v-usloviyah-pandemii>
15. Кемперы: какие они бывают. Режим доступа: <https://adt.by/kempery-kakie-oni-byvayut/>, свободный - дата обращения 05.08.2022 г.
16. Киреева Ю.А., Охотников И.В., Сибирко И.В. Событийный туризм как драйвер развития туристского рынка в регионах России // Московский экономический журнал. 2020. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-turizm-kak-drayver-razvitiya-turistskogo-rynka-v-regionah-rossii>
17. Королёва Н.В. Современное состояние и тенденции развития международного туризма в России // Вектор экономики. 2018. № 6
18. Кудяева В.З., Казова З.М. Цифровизация туризма // Актуальные проблемы технологии продуктов питания, туризма и торговли: материалы IV Всерос. (национ.) науч.-практ. конф. (Нальчик, 30 сент. 2022 г.) Нальчик. – 2022. – С. 127–130.
19. Кульгачёв И.П., Романова М.М. Предложения по развитию внутреннего туризма в Российской Федерации // Молодой ученый. - 2016. - №11. - С. 804-812.
20. Лавров В.В. Анализ влияния рисков на развитие туризма в российской федерации // Петербургский экономический журнал. 2021. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vliyaniya-riskov-na-razvitie-turizma-v-rossiyskoy-federatsii>
21. Левчик, Л.Д. Повышение туристической роли монастырей, ски-тов и храмов в контексте их социокультурного возрождения / Л.Д. Левчик // Научные исследования: история, образование и культура, сфера дизайна и туризма: материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых, Елец: Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, 2017. – С. 400-407.
22. Левчик, Л.Д. Примонастырская территория как объект современного ландшафтного проектирования / Л.Д. Левчик, Н.Л. Ларионова // Проблемы теории и методологии предметного образования.

Изобразительное искусство. Декоративно-прикладное искусство. Дизайн: Сборник научно-методических статей факультета ИЗО и НР МГОУ. № 3. – М., 2018. – С. 146-151.

23. Лобченко С.А. Цифровизация туризма: формы проявления // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2021. – №1. – С. 369–373.

24. Максанова Л.Б., Андреева А.М. Развитие туризма в условиях пандемии: новые тренды и антикризисные меры // Общество: политика, экономика, право. 2020. №12 (89). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-turizma-v-usloviyah-pandemii-novye-trendy-i-antikrizisnye-mery>

25. Мамаева А.М., Курбанова Н.М. Инновационная деятельность в сфере туризма // Молодежь и системная модернизация страны: сб. науч. статей 5-й Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых, в 6-х томах. Том 1 (Курск, 19–20 мая 2020 г.) Курск. – 2020. – С. 321 – 324.

26. Медведева В.В., Слинкова О.А. Анализ ключевых факторов и приоритетных направлений развития туризма в Российской Федерации // E-Scio. 2019. №4 (31). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-klyuchevykh-faktorov-i-prioritetnykh-napravleniy-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii>

27. Межова Л.А., Летин А.Л., Луговская Л.А. Теория и практика организации инклюзивного туризма в России и за рубежом// Современные проблемы науки и образования.- 2015- № 1-1. 61 с.

28. Моисеев А.А., Львова Н.С. Технологии искусственного интеллекта в изобразительном искусстве и дизайне: место в концепции художественного образования. В сборнике: Перспективные направления развития современного образования. Материалы VIII международной научно-практической конференции. в 3 -х частях. Москва, 2023. С. 667-673.

29. Монахова, Л.Д. Визуальная коммуникация как основа профессиональных стандартов дизайна / Л.Д. Монахова, Е.Л. Суздальцев, А.В. Корбанов // Актуальные проблемы дизайна и дизайн-образования: Материалы VII Международной научно-практической конференции, Минск, 20–21 апреля 2023 года / БГУ, 2023. – С. 200-205.

30. Оразкулиев Даянч Довлетович. Автодом и его виды: положительное и отрицательное // Наука через призму времени.-2020.-№6 (39). Режим доступа: <http://www.naupri.ru/journal/2569/>, свободный - дата обращения 22.09.2022 г.

31. Положихина М.А. Новые направления развития туризма в России // Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. Сер. 2, Экономика: Реферативный журнал. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-napravleniya-razvitiya-turizma-v-rossii>

32. Путешествуем не выходя из дома: все о домах на колесах. Режим доступа: <https://legko.com/blog/p/puteshestvuem-ne-vyhodya-iz-doma-vse-o-domah-na-kolesah/>, свободный - дата обращения 25.08.2022 г.
33. Радван Ю. Цифровизация в сфере туризма // Современные аспекты экономики. – 2020. – № 5-2 (273). – С. 13–18.
34. Радыгина, Е. Г. Создание безбарьерной среды в средствах размещения для гостей с ограниченными возможностями /Е. Г. Радыгина // Концепт. – 2014. – № 5. – 74 с.
35. Развитие автотуризма в России. Режим доступа: <https://proza.ru/2020/10/06/1514>, свободный -дата обращения 04.10.2022г.
36. Развитие внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае: Постановление Правительства Хабаровского края от 26.06.2012 №211-пр // Собрание законодательства Хабаровского края.2012 №6(119)
37. Развитие внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае: Постановление Правительства Хабаровского края от 26.06.2012 №211-пр // Собрание законодательства Хабаровского края.2012 №6(119) [Электронный ресурс] : URL: <https://docs.cntd.ru/document/995153581>
38. Редичев Н.А. Анализ современных инноваций в туризме и гостеприимстве // Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве: сб. ст. науч. докл. Всерос. студ. науч. конф. (Москва, 31 марта 2022 г.). – М. – 2022. – С. 429 – 437.
39. Русина А.Н., Карпычева О.В., Якимова Е.А., Лихман Д.А. Перспективы развития внутреннего туризма в современных условиях // ЭПП. 2021. №10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-sovremennyh-usloviyah>
40. Сайбель Я.В., Жилиостова Е.Н. Анализ современного состояния туризма в России // Молодой ученый. - 2016. - №11. - С. 950-953.
41. Самакаева М.Д., Ковалева И.Н. Проблемы развития внутреннего туризма в Р.Ф. // Индустриальная экономика. 2021. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-rossiyskoy-federatsii>
42. Самые необычные дома на колесах. Режим доступа: <https://homius.ru/dom-na-kolyosah.html/>, свободный - дата обращения 08.09.2022 г.
43. Сенин В.С. Организация международного туризма // Финансы и статистика. - 2003. [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: http://tour-lib.net/books_tourism/senin0.htm.
44. Силова Е.С. Анализ развития индустрии туризма в России // Вестник ЧелГУ. 2019. №7 (429). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-razvitiya-industrii-turizma-v-rossii>

45. Ситкина О.А. Развитие сферы туризма в Российской Федерации (2012-2017) [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://scienceforum.ru/2018/article/2018004237>.

46. Таишева Г.Р., Исмагилова К.А. Возможности управления сферой внутреннего автотуризма в свете антикризисного регулирования и инвестиционной политики государства// Материалы I Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) Грани гостеприимства. Казань, 2023. С. 82-83.

47. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/13963>, дата обращения 03.04.2023 года.

Сведения об авторах

Глушков С.В.

*к.в.н, доцент.
ФГАОУ ВО Первый Московский
государственный медицинский университет
имени И.М. Сеченова Министерства
здравоохранения Российской Федерации
(Сеченовский Университет)*

Исмагилова Эльза Равгатовна

*старший преподаватель,
ЧОУ ВО Казанский инновационный
университет имени В.Г.Тимирязова (ИЭУП),
Факультет менеджмента и инженерного
бизнеса, кафедра «Логистика», г.Казань*

Карева Анна Владимировна

*Кандидат педагогических наук,
доцент кафедры туристического
бизнеса и гостеприимства.
ФГБОУ ВО «Уральский государственный
экономический университет», Россия*

Ларионова Нина Львовна

*доцент кафедры дизайна и народных
художественных ремесел Государственного
университета просвещения*

Малина В.В.

*кандидат исторических наук,
доцент кафедры социально-культурного
сервиса и туризма.
Курский государственный университет*

Монахова Лада Дмитриевна

*ассистент кафедры дизайна и народных
художественных ремесел Государственного
университета просвещения*

Пронькин Н.Н.

*к.э.н, доцент.
ФГАОУ ВО Первый Московский
государственный медицинский университет
имени И.М. Сеченова Министерства
здравоохранения Российской Федерации
(Сеченовский Университет)*

Семенычева И.Ф.

*к.т.н, доцент.
ФГАОУ ВО Первый Московский
государственный медицинский университет
имени И.М. Сеченова Министерства
здравоохранения Российской Федерации
(Сеченовский Университет)*

Таишева Гузель Равгатовна

доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Логистика».

ЧОУ ВО Казанский инновационный университет имени В.Г.Тимирязова (ИЭУП), Факультет менеджмента и инженерного бизнеса, кафедра «Логистика», г.Казань

Халикова Светлана Сергеевна

кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и государственного управления, Дальневосточный институт управления – филиал РАНХиГС

Шевченко Валерия Александровна

Обучающийся Дальневосточного института управления – филиала РАНХиГС

Электронное научное издание
сетевого распространения

**Трансформация внутреннего туризма:
научные основы и инновационные подходы**

монография

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов



ISBN 978-5-907607-51-4



Усл. печ. л. 3,2
Объем издания 4,7 МВ
Оформление электронного издания: НОО
Профессиональная наука, mail@scipro.ru
Дата размещения: 10.11.2023г.
URL: http://scipro.ru/conf/monograph_271023.pdf.