

ISSN 1995-0411
eISSN 2414-9063

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

научно-практический журнал

SERVICE AND
TOURISM:
CURRENT
CHALLENGES

scientific and practical journal

«РУССКАЯ БАЛТИКА» -
ТУРИСТСКИЙ МАКРОРЕГИОН
РОССИИ

Tourist macroregion: Russian Baltic

2023
17(4)

Образовательно-научный кластер «Институт управления и территориального развития»

ВЫСШАЯ ШКОЛА ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ И ГОСТЕПРИИМСТВА

Высшая школа готовит специалистов в области пространственного развития, туризма и гостеприимства: географов, специалистов в области землеустройства и кадастра, городских сервисов; туроператоров, экскурсоводов, управляющих персоналом в сфере туристического бизнеса, рестораторов, администраторов, менеджеров и даже настоящих метрдотелей.

Образовательные программы по направлениям подготовки

БАКАЛАВРИАТ

05.03.02 География

- Экономическая география и устойчивое развитие глобальных систем

21.03.02 Землеустройство и кадастры

- Кадастр недвижимости

43.03.01 Сервис

- Сервисные решения в территориальном развитии

43.03.02 Туризм

- Туристско-экскурсионный и гостиничный бизнес

43.03.03 Гостиничное дело

- Туристско-экскурсионный и гостиничный бизнес

21.03.02 Землеустройство и кадастры

- Кадастр недвижимости

МАГИСТРАТУРА

05.04.02 География

- Пространственное развитие территорий

21.04.02 Землеустройство и кадастры

- Кадастр недвижимости

43.04.01 Сервис

- Управление развитием городской инфраструктуры

43.04.02 Туризм

- Создание и управление туристским предприятием

43.04.03 Гостиничное дело

- Бизнес-проектировании в индустрии гостеприимства

АСПИРАНТУРА

1.6.13 Науки о Земле и окружающей среде



236041, Россия, Калининград,
ул. Александра Невского, 14
+7 (4012) 59-55-95
post@kantiana.ru

ПРИЁМНАЯ КОМИССИЯ

Калининград,
ул. Генерал-лейтенанта Озерова, 57
8 (800) 600-52-39 (звонок бесплатный)
+7 (4012) 59-55-96
abiturient@kantiana.ru

2023
Том 17 №4

Современные проблемы сервиса и туризма

Научно-практический журнал

УЧРЕДИТЕЛЬ:

ФГБОУ ВО «**Российский государственный университет туризма и сервиса**» (Москва, РФ).
Журнал основан в 2007 г.
Выходит 4 раза в год.

ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ЖУРНАЛЕ:

ISSN: 1995-0411
eISSN: 2414-9063

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия (свид-во о регистрации СМИ ПИФС77-31758 от 25.04.2008). Включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий ВАК РФ (распоряжение Минобрнауки России №118 от 24.02.2021), в которых могут быть опубликованы основные результаты диссертационных исследований. Включен в наукометрические базы РИНЦ, Google Scholar, UlrichsWeb и др., индексируется в базе данных научной электронной библиотеки eLibrary.ru.

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

ПОДПИСКА НА ЖУРНАЛ:

Через Интернет на сайтах: pressa-rrf.ru, ural-press.ru (индекс 82834), presskiosk.ru, abcpublishing.ru, rucont.ru; e.lanbook.com, редакторская подписка: editor@rgutspubl.org

КОНТАКТЫ:

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

ОТПЕЧАТАНО:

ИП Копыльцов П.И.
394052, Воронежская обл., г. Воронеж, ул. Маршала Неделина, д.27 кв. 5б. Тел.: 8 950 7656959
e-mail: Kopyltsow_Pavel@mail.ru
Усл.печ.л. 20,38. Тираж 500 экз.
Заказ № 261123.

ПЕРЕВОД:

Афанасьева А.В. – к.геогр.н., доц.

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Афанасьев О.Е. – Российский гос. ун-т туризма и сервиса (РФ, Москва), лауреат Государственной премии Украины в области образования, д.геогр.н., доц., проф., Председатель Редакционного совета

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Андрадес-Калдито Л. – Ун-т Эстремадуры (Испания, Касерес), д-р филос. (PhD), проф.
Влодарчик Б. – Лодзинский ун-т (Польша, Лодзь), директор Ин-та географии городов и туризма, д-р филос. (PhD), проф.

Диманш Ф. – Ун-т Райерсона (Канада, Торонто), директор Школы гостеприимства и туристич. менеджмента Теда Роджерса, д-р филос. (PhD), проф.

Дуайер Л. – Сиднейский технологич. ун-т (Австралия, Сидней), д-р филос. (PhD), проф.

Иванов С.Х. – Варненский ун-т менеджмента (Болгария, Варна), д-р филос. (PhD), проф.

Игнатьев А.В. – Российский Союз Туриндустрии (РФ, Москва), президент, д.э.н.

Мюллер Д. – Ун-т Умео (Швеция, Умео), д-р филос. (PhD), проф.

Неделя А.-М. – Сучавский ун-т им. Штефана чел Маре (Румыния, Сучава), д-р филос. (PhD), доц.

Новичков Н.В. – Депутат Государственной Думы ФС РФ, Почетный работник науки и техники РФ, д.э.н., проф.

Пулидо-Фернандес Х.И. – Ун-т Хаэна (Испания, Хаэн), д-р филос. (PhD), проф.

Радж Р. – Городской ун-т Лидса (Великобритания, Лидс), д-р филос. (PhD)

Рекоски Р. – Гос. ун-т Св. Климента Охридского (Сев. Македония, Битола), д-р юр. н., проф.

Сааринен Я.Ю. – Ун-т Оулу (Финляндия, Оулу), вице-президент Международного географического союза (IGU), д-р филос. (PhD), проф.

Сигала М. – Ун-т Пирея (Пирей, Греция), д-р филос. (PhD), проф.

Теркенли Ф. – Ун-т Эгейского моря (Греция, Митилини), д-р филос. (PhD), проф.

Тюрнер Л.У. – Ун-т Виктории (Австралия, Мельбурн), д-р филос. (PhD), проф.

Фу Я.-И. – Индианский ун-т – Ун-т Пердью в Индианаполисе (США, Индианаполис), д-р филос. (PhD), доц.

Холл К.М. – Ун-т Кентерберри (Н. Зеландия, Крайстчерч), д-р филос. (PhD), проф.

Хью-Августис С. – Гос. ун-т Болл (США, Манси), д-р филос. (PhD), проф.

Шовал Н. – Еврейский ун-т в Иерусалиме (Израиль, Иерусалим), д-р филос. (PhD), проф.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Александрова А.Ю. – Московский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова (РФ, Москва), Лауреат Премии Правительства РФ в области туризма, д.геогр.н., проф.

Афанасьева А.В. – Российский гос. ун-т туризма и сервиса (РФ, Москва), Научный редактор РНИ РГУТИС, к.геогр.н., доц.

Гладкий А.В. – Киевский нац. торг.-экономич. ун-т (Украина, Киев), д.геогр.н., проф.

Евстропьева О.В. – Ин-т географии им. В.Б. Сочавы СО РАН (РФ, Иркутск), к.геогр.н., с.н.с.

Корстанье М.Э. – Ун-т Палермо (Аргентина, Буэнос-Айрес), д-р филос. (PhD), проф.

Кропинова Е.Г. – Балтийский федеральный ун-т им. И. Канта (РФ, Калининград), д.геогр.н., проф.

Милева-Божанова С.В. – Софийский ун-т им. Св. Климента Охридского (Болгария, София), д-р филос. (PhD), проф.

Оборин М.С. – Российский экономич. ун-т им. Г.В. Плеханова, Пермский ин-т (филиал); Пермский гос. нац. исслед. ун-т; Пермский гос. аграрно-технологич. ун-т им. акад. Д.Н. Прянишникова (РФ, Пермь), д.э.н., проф.

Пиментель Т.Д. – Федеральный ун-т Жуйс-ди-Фора (Бразилия, Жуйс-ди-Фора), д-р соц. наук, менеджмента и туризма, доц.

Ульянченко Л.А. – Российский гос. ун-т туризма и сервиса (РФ, Москва), д.э.н., проф.

ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ

Афанасьева А.В. – Российский гос. ун-т туризма и сервиса (РФ, Москва), Научный редактор РНИ РГУТИС, к.геогр.н., доц.

2023

Vol. 17 Iss. 4

Service & Tourism: Current Challenges

Scientific and practical journal

PUBLISHER:

Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow).

Founded in 2007.

Published 4 issues a year.

BASIC INFORMATION

ABOUT THE JOURNAL:

ISSN: 1995-0411

eISSN: 2414-9063

Journal registered by the Federal Service for Supervision of Legislation in Mass Communications and Cultural Heritage Protection, RF (Reg. ПИФС 77-21758 issued 25.04.2008). Peer-reviewed journal.

The journal was included in the list of the leading peer-reviewed scientific journals recommended by the Higher Attestation Commission for publication of thesis results.

The journal is included in the Russian Science Citation Index, Google Scholar, UlrichsWeb, etc.

The journal is available in the Scientific Electronic Library (<https://elibrary.ru>). All rights reserved.

Citation with reference only.

Disclaimer: <https://rgutspubl.org/index.php/1/disclaimer>

CONTACTS:

Editorial office: 141221, Russia, Moscow region, Pushkino district, village Cherkizovo, 99 Glavnaja str., build. 1. Tel./fax: +7.495.940 8361, 62, 63, add. 395; mob. +7.967.246 3569

Web: <https://stcc.rgutspubl.org>
e-mail: redkollegiaMGUS@mail.ru,
editor@rgutspubl.org

EXECUTIVE SECRETARY

& INTERPRETER:

Alexandra V. Afanasieva,
PhD in Geography, Associate Professor

COVER DESIGNER:

© Yaroslava Yu. Rozanova,

© Oleg E. Afanasiev,

© University of Management "TISBI"

EDITOR-IN-CHIEF

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

EDITORIAL COUNCIL

Lidia Andrades-Caldito – University of Extremadura (Spain, Caceres), PhD in Economics, Professor

Frederic Dimanche – Ryerson University (Canada, Toronto), Director of the Ted Rogers School of Hospitality and Tourism Management, PhD, Professor

Larry Dwyer – University of New South Wales (Australia, Sydney), School of Marketing, Australian Business School, PhD, Professor

Yao-Yi Fu – Indiana University – Purdue University Indianapolis (USA, Indianapolis), PhD, Associate Professor

C. Michael Hall – University of Canterbury (New Zealand, Christchurch), PhD, Professor

Sotiris Hji-Avgoustis – Ball State University (USA, Muncie, Indiana), PhD, Professor

Andrey V. Ignatyev – Russian Union of Travel Industry, President, PhD (Dr.Sc.) in Economics

Stanislav H. Ivanov – Varna University of Management (Bulgaria, Varna), Vice Rector for Academic Affairs and Research, PhD, Professor

Dieter K. Müller – Umea University (Sweden, Umea), PhD, Professor

Alexandru-M. Nedelea – Stefan cel Mare University of Suceava (Romania, Suceava), PhD, Associate Professor

Nikolay V. Novichkov – Deputy of the State Duma of the Federal Assembly of the RF, Honorary Worker of Science and Technology of the RF, PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor

Juan I. Pulido-Fernandez – University of Jaen (Spain, Jaen), PhD, Associate Professor

Razaq Raj – Leeds Beckett University (UK, Leeds), PhD

Risto Rechkoski – State University "Sv. Kliment Ohridski" (North Macedonia, Bitola, Ohrid), PhD (Dr.Sc.) in Law, Professor

Jarkko J. Saarinen – University of Oulu (Finland, Oulu), Vice-President of the International Geographical Union (IGU), PhD, Professor

Noam Shoval – Hebrew University of Jerusalem (Israel, Jerusalem), PhD, Professor

Marianna Sigala – University of Piraeus (Greece, Piraeus), PhD, Professor

Theano S. Terkenli – University of the Aegean (Greece, Mytilene), PhD, Professor

Lindsay W. Turner – Victoria University (Australia, Melbourne), PhD, Research Professor

Bogdan Wlodarczyk – University of Lodz (Poland, Lodz), Director of the Institute of Urban and Tourism, PhD, Professor

EDITORIAL BOARD

Anna Yu. Aleksandrova – Lomonosov Moscow State University (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor

Alexandra V. Afanasieva – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD in Geography, Associate Professor

Alexander V. Gladkey – Kyiv National University of Trade and Economics (Ukraine, Kyiv), PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor

Oksana V. Evstropjeva – V. B. Sochava Institute of Geography SB RAS (RF, Irkutsk), PhD (Dr.Sc.) in Geography, Senior Researcher

Maximiliano E. Korstanje – University of Palermo (Argentina, Buenos Aires), PhD, Senior Researchers

Elena G. Kropinova – Immanuel Kant Baltic Federal University (RF, Kaliningrad), PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor; Doctor on Economics (France)

Sonia V. Mileva-Bojanova – Sofia University "St. Kliment Ohridski" (Bulgaria, Sofia), PhD (Dr.Sc.), Professor

Matvey S. Oborin – Plekhanov Russian University of Economics, Perm Institute (branch); Perm State National Research University; Perm State Agro-Technological University named after Academician D. N. Pryanishnikov (RF, Perm), PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor

Thiago D. Pimentel – Federal University of Juiz de Fora (Brazil, Juiz de Fora), PhD, Associate Professor

Ljudmila A. Ulyanchenko – Russian State University of Tourism and Service (RF, Moscow), PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor

Содержание

5	ПРИВЕТСТВЕННЫЕ СЛОВА
	ЛОКАЛЬНОЕ В ГЛОБАЛЬНОМ: ФОРМУЛА ТУРИЗМА
8	Корнеевец В.С., Мужаева А.О. Предпосылки и тенденции развития российско-китайских отношений в сфере туризма
16	Глотова Ж.В., Мутапчи Е.П. Life-seeing как новая стратегия межкультурного взаимодействия в туризме
	РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО СЕРВИСА
25	Семенова Л.В. Проблемы формирования конкурентоспособных кадров предприятия сферы туризма и гостеприимства
35	Станченко Л.Ю., Витко Н.В., Савостина О.А. Роль предпрофильной подготовки по географии в профессиональном самоопределении учащихся (на примере Калининградской области)
43	Гуо Л., Зонин Н.А., Лукьянова Н.Ю. Прогнозирование влияния старения населения на экономические показатели (на примере России)
52	Часовский В.И., Нижникова А.К. Контент-анализ attractiveness туристско-рекреационных ресурсов российско-белорусского приграничья
	РЕГИОНАЛЬНЫЕ СТУДИИ ТУРИЗМА
62	Ивлева О.В., Шабляускене Е.В. Перспективы развития культурно-исторического туризма в регионах Российской Федерации (на примере Калининградской области)
72	Бочков А.Ю. Роль цифровизации в процессах регионального развития: опыт Калининградской области
86	Комарницкая Т.В. Проекты профорientационного туризма Калининградской области
96	Маряхин В.М., Часовский В.И. Роль Крайнего Севера и приравнённых к нему местностей в пространственном развитии России
	НОВЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ
105	Анохин А.Ю., Токарева Ю.С. Повышение эффективности деятельности краеведческого музея
115	Кропинова Е.Г., Лесных А.И., Захаров С.Е. Актуальные аспекты и перспективы развития событийного туризма на региональном и муниципальном уровнях (на примере Калининградской области)
127	Солодовник А.С., Черняева Л.В. К вопросу использования медицинских зданий Калининграда в экскурсионном показе

Content

5	WELCOMING WORDS
	LOCAL IN GLOBAL: FORMULA FOR TOURISM
8	Korneevets V. S., Muzhaeva A. O. Preconditions and development trends of Russian-Chinese relations in tourism
16	Glotova Zh. V., Mutavchi E. P. Life-seeing as a new strategy of intercultural interaction in tourism
	REGIONAL ISSUES OF TOURISM SERVICE
25	Semenova L. V. Problems of forming competitive personnel for tourism and hospitality enterprises
35	Stanchenko L. Yu., Vitko N. V., Savostina O. A. Pre-professional geography training in the professional self-determination of students (the case of the Kaliningrad region)
43	Guo L., Zonin N. A., Lukyanova N. Yu. Forecasting the impact of population aging on economic indicators (the case of Russia)
52	Chasovskii V. I., Nizhnikova A. K. Potential of Russian-Belarusian borderland for tourism and recreation: Studying by the content-analysis
	REGIONAL TOURISM STUDIES
62	Ivleva O. V., Shablyauskene E. V. The cultural and historical tourism development prospects in the Russian regions (the case of the Kaliningrad region)
72	Bochkov A. Yu. Digitalization in the regional tourism development: the experience of the Kaliningrad region
86	Komarnitskaya T. V. The career guidance tourism projects of the Kaliningrad region
96	Maryakhin V. M., Chasovskii V. I. Far North and its equivalent localities: the role in the spatial development of Russia
	NEW TOURIST CENTERS
105	Anokhin A. Yu., Tokareva Yu. S. Increasing the local history museum efficiency
115	Kropinova E. G., Lesnyh A. Ig., Zakharov S. E. The regional and municipal event tourism (the case of the Kaliningrad region): Current issues and development prospects
127	Solodovnik A. S., Chernyaeva L. V. On using Kaliningrad medical buildings in sightseeing

«РУССКАЯ БАЛТИКА» – ТУРИСТСКИЙ МАКРОРЕГИОН РОССИИ



ЕРМАК
Андрей Викторович

*Министр по культуре и туризму
Калининградской области*

«Русская Балтика» – единственная туристская макротерритория, представленная в Государственной программе «Развитие туризма» только одним субъектом Российской Федерации – Калининградской областью. В 2024 г. ООО «ПроГород» – дочерняя организация государственной корпорации развития ВЭБ.РФ – по заказу Министерства экономического развития Российской Федерации планирует приступить к разработке туристической схемы территориально-пространственного планирования региона. Результатом работы, помимо комплексного анализа развития сферы туризма, должен стать перечень конкретных решений, предложения по развитию сопутствующей туристической инфраструктуры: объектов общественного питания, придорожного сервиса и обустройству маршрутов, а также корпус якорных проектов.

Калининградская область как туристическое направление постоянно занимает лидирующие позиции в различных рейтингах. Например, согласно исследованиям Ассоциации туроператоров (АТОР), Калининград летом 2023 г. вошёл в ТОП–5 туристских направлений, куда чаще всего возвращаются туристы – наряду с Санкт-Петербургом, Москвой, Кавказскими Минеральными Водами и черноморскими курортами. Кроме того, второй год подряд Калининград входит в пятёрку самых популярных осенних туристических направлений. В 2023 г. Калининград занял третье место в списке городов для путешествий, составленным сервисом путешествий «Туту.ру» по опросу ведущих российских трэвел-журналистов, блогеров и фотографов.

В рамках губернаторской программы «Финансирование проектов по вовлечению объектов культурного наследия в хозяйственный оборот Калининградской области», начатой в 2021 г., уже идёт активная работа с 18 объектами культурного наследия. Они станут якорными объектами культурно-исторического туризма. Некоторые из них уже принимают туристов.

Например, орденский замок Тапиау включён в туроператорские программы. В 2024 г. Министерство по культуре и туризму Калининградской области поддержит муниципальные образования региона в обустройстве туристического маршрута «Готическое кольцо». Маршрут, создание которого инициировано некоммерческой организацией «Хранители руин» и активно поддерживаемый калининградскими волонтерами, включает более 20 кирх разной степени сохранности, 3 замка и 6 городов.

По инициативе Губернатора Калининградской области Антона Алиханова определены 5 основных приоритетов социально-экономического развития региона. В рамках каждого приоритета обозначены проекты-маяки – это якорные проекты и стратегические ориентиры в развитии региона, выработанные совместно с общественностью, экспертами и бизнесом. Одним из таких приоритетных направлений социально-экономического развития Калининградской области является сфера туризма. «Маяками» стали следующие турпроекты:



- проект «Готическое кольцо», предполагающий вовлечение в туристический оборот существующих руинированных объектов культурного наследия Калининградской области;
- водный маршрут «От залива до залива», предусматривающий возрождение и развитие международного водного пути Е–70, а также строительство и обустройство причальной и береговой инфраструктуры;
- проект «Super 8», целью которого является создание принципиально новых эколого-туристических пространств и маршрутов на территориях 8 парков Калининграда, стратегически значимых для развития зелёных зон города;
- в планах – создание нового интегрированного курорта «Белая Дюна» на первой линии Балтийского моря вблизи пос. Янтарный.

Историческое наследие уже сейчас позволяет региону завоевывать популярность в конкурсах событийных туристических мероприятий. В 2023 г. Калининградская область стала победителем XII Международной премии в области событийного туризма Russian Event Awards с культурным проектом «Классика в древних стенах». Зеленоградск и Танцующий лес стали победителями премии «Russian Traveler Awards 2023», и ещё два номинанта – фестиваль «Кантата» и Куршская коса – стали призёрами этой премии.

Достигнутые показатели объёмов турпотока – результат эффективного управления туристической сферой со стороны всех структур регионального правительства и последовательной политики в развитии туризма и гостеприимства, проводимой федеральным центром.

Областное правительство рассматривает туризм в Калининградской области как один из важнейших приоритетов развития региона. Несомненно, сфера образования и науки очень важна для успешной реализации запланированных проектов, а идеи, предлагаемые молодёжью – залог инновационного развития нашего региона как перспективной туристской территории. Поддерживаю инициативу образовательно-научного кластера «Институт управления и территориального развития» Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта в подготовке тематического выпуска журнала «Современные проблемы сервиса и туризма», посвящённого вопросам развития туризма в регионе. Желаю, чтобы новые идеи, обозначенные в статьях авторов, нашли воплощение в реальной жизни.

*Приглашаем посетить Калининградскую область!
Добро пожаловать на «Русскую Балтику»!*

**СМЕЛИК
Роман Григорьевич**

*доктор экономических наук, профессор,
Советник при ректорате, Научный руководитель
образовательно-научного кластера «Институт управления
и территориального развития» БФУ им. И. Канта*



Образовательно-научный кластер «Институт управления и территориального развития» – новая структурная единица Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта, включающая три Высших школы:

- Высшая школа бизнеса и предпринимательства;
- Высшая школа права;
- Высшая школа пространственного развития и гостеприимства.

Уже сейчас можно утверждать, что создание Института – очень своевременное решение. Ведь Калининградская область – один из наиболее перспективных субъектов Российской Федерации, где туризму отведена особая роль одного из драйверов развития территории.

Подготовка высококвалифицированных кадров, в том числе, для индустрии туризма, – одна из основных задач Института. Высшая школа пространственного развития и гостеприимства нацелена на обучение, ориентированное на практику. Не случайно 7 сезонов подряд в БФУ им. И. Канта проходит региональный этап вузовского чемпионата WorldSkills по компетенции «Туроператорская деятельность». А в 2023 г. по итогам конкурсного отбора вузов на проведение седьмого сезона Всероссийской олимпиады студентов «Я – профессионал» наш университет был выбран базовой площадкой по направлению «Туризм». В преподавательскую деятельность активно вовлечены представители туристического бизнеса и гостиничной сферы. Получила развитие и научно-исследовательская деятельность, поддержанная грантами Российского научного фонда, Российского фонда фундаментальных исследований.

Сотрудники нашего кластера – это юристы, экономисты, географы. Их знания и опыт востребованы в экспертной деятельности в органах государственной власти. Материалы, представленные в этом тематическом выпуске журнала, освещают актуальную проблематику в сфере туризма и гостеприимства в Калининградской области, а также некоторые вопросы территориального развития этого направления в регионах России.

Уверен, что выпуск получился интересным, и, увидев регион глазами авторов, читатель непременно захочет посетить его лично, а также побывать и поступить в БФУ им. И. Канта – один из ведущих вузов страны.

Благодарим руководство РГУТИС как учредителя журнала и сотрудников Редакции научных изданий РГУТИС за возможность представить результаты научных исследований в виде статей в тематическом выпуске журнала.

Приглашаем к сотрудничеству с Институтом управления и территориального развития БФУ имени И. Канта!

БФУ
ИМЕНИ И. КАНТА

#ИУиТР

КОРНЕЕВЕЦ Валентин Сергеевич

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
доктор географических наук, профессор; e-mail: vkorneevets@kantiana.ru*

МУЖАЕВА Анастасия Олеговна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
магистрант; e-mail: muzhaeva99@mail.ru*

ПРЕДПОСЫЛКИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ОТНОШЕНИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Статья посвящена исследованию предпосылок развития и современных тенденций, влияющих на китайский въездной туризм, анализу результативности проводимой государством и бизнес-сообществом деятельности по повышению туристической привлекательности индустрии и выработке мер по решению имеющихся проблем, что является необходимыми условиями для углубления российско-китайских отношений в данной сфере. Кризис в отношениях с США и странами Евросоюза, повышают заинтересованность России в выстраивании долгосрочного стратегического партнёрства с Китаем. Учитывая тот факт, что Правительство Китая проводит активную политику по поддержке и развитию не только внутреннего, но и выездного туризма, необходимо целенаправленно развивать взаимные туристические потоки, которые будут не только приносить экономическую прибыль туристским акторам, но и отражать степень сближения между странами, что на данном этапе является более главным стимулом в государственной политике по поддержке развития туризма. Снятие же ограничительных мер, принятых в период локдауна 2020–2022 гг., позволяет думать о наступлении постепенного возобновления положительной динамики туристических потоков. Анализ особенностей нормативной регламентации визового и безвизового въезда китайских туристов в Россию и российских в Китай имеют важное значение для отображения, в первую очередь, современного состояния и наметившихся тенденций в области китайского въездного туризма в Россию. Целью исследования является обоснование необходимости смягчения регламентации по въездному и выездному туризму безвизовых групп, что будет способствовать мобильности туристического потока, с возможностью расширения географии туризма как в России, так и в Китае. Калининградская область может являться одним из регионов для развития туристских связей.

Ключевые слова: Китай, Российская Федерация, туризм, въездной туризм, внутренний туризм



Для цитирования: Корнеевец В.С., Мужаева А.О. Предпосылки и тенденции развития российско-китайских отношений в сфере туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 8–15. DOI: 10.5281/zenodo.10381918.

Дата поступления в редакцию: 18 октября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

UDC 339.97 (470.26) EDN: VCLYQW
DOI: 10.5281/zenodo.10381918

Valentin S. KORNEEVETS

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor; e-mail: vkorneevets@kantiana.ru*

Anastasia O. MUZHAEVA

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
Master's Student; e-mail: muzhaeva99@mail.ru*

PRECONDITIONS AND DEVELOPMENT TRENDS OF RUSSIAN-CHINESE RELATIONS IN TOURISM

Abstract. *The article is devoted to the study of the prerequisites for the development and current trends affecting Chinese inbound tourism and the analysis of the effectiveness of the state and the business community activity in increasing the tourist attractiveness of the industry and developing the measures to solve existing problems. It is necessary condition for deepening Russian-Chinese relations in this area. Russia's interest in building a long-term strategic partnership with China. Considering the fact that the Chinese Government pursues an active policy to support and develop not only domestic, but also outbound tourism, it is necessary to purposefully develop mutual tourist flows that will not only bring economic profit to tourism actors, but also reflect the degree of rapprochement between countries, which at this stage is the most important incentive in the state policy on to support the development of tourism. The removal of restrictive measures taken during the lockdown period of 2020–2022 allows us to think about the onset of a gradual resumption of positive dynamics of tourist flows. Analysis of the features of the regulatory regulation of visa and visa-free entry of Chinese tourists to Russia and Russian tourists to China are important for displaying, first of all, the current state and emerging trends in the field of Chinese inbound tourism to Russia. The purpose of the study is to substantiate the needs to soften regulations on inbound and outbound tourism of visa-free groups, which will contribute to the mobility of the tourist flow, with the possibility of expanding the geography of tourism in both Russia and China. The Kaliningrad region can be one of the regions for the development of tourism relations.*

Keywords: *China, Russian Federation, tourism, inbound tourism, domestic tourism*



Citation: Korneevets, V. S., & Muzhaeva, A. O. (2023). Preconditions and development trends of Russian-Chinese relations in tourism. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 8–15. doi: 10.5281/zenodo.10381918. (In Russ.).

Article History

Received 18 October 2023
Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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

© 2023 the Author(s)

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



Введение

Развитие российско-китайских отношений активно дискутируется в научной литературе: от исторических процессов становления таких отношений [9], до перспектив к 2030 г. [7]. В 2000-е гг. Китай вышел на первое место по въездному туризму в России, а число китайских туристов, посетивших Россию с 2015 по 2019 гг., увеличилось с 1122 тыс. чел.¹ до 1883 тыс. или на 67,6%, что в среднегодовом исчислении составило почти 18%, а около 75% туристов из КНР за 2019 г. посетили Россию по безвизовому каналу (табл. 1). Китай вышел на первое место по количеству въездных поездок в Россию, опережая находящуюся на втором месте Германию почти в 3 раза. Хотя следует отметить, что въезд в Россию составляет чуть более одного процента от количества выездных поездок китайских туристов. Поэтому китайский рынок является очень перспективным для развития въездного туризма на ближайшую перспективу. Въездной поток из России в Китай коррелирует с трендами по въезду, достигнув показателя в 2,4 млн. чел., в том числе с целью туризма около одного миллиона.

Таблица 1 – Динамика поездок китайских туристов в Россию в 2016–2021 гг.

Table 1 – Number of trips by Chinese tourists to Russia, 2016–2021

Годы	Кол-во туристов, тыс. чел.	Динамика, %
2015	1122	28,4
2016	1288	14,8
2017	1478	14,8
2018	1690	14,3
2019	1883	11,4
2020	81,9	-95,6
2021	18,2	-77,8

По наблюдениям специалистов туристической ассоциации «Мир без границ»², в

период активного роста туристического потока стратегия поведения гостей из КНР сводилась к следующим, убывающим по значимости целям: посещение музеев и памятных мест – отметили 73% туристов, познакомиться с блюдами отечественной кухни – 64%, а также приобрести сувениры и иные местные товары – 56%. На современном этапе развития большую долю в туристическом потоке китайских туристов занимают люди старших возрастов (свыше 50% китайских туристов относятся к возрастной группе 55 лет и старше), которые имеют определённые предпочтения в структуре туристского продукта [4]. Чтобы нарастить темпы прироста въездного турпотока необходимо принимать своевременные меры, направленные на поддержание привлекательности и международной конкурентоспособности отечественной индустрии в среде более молодых поколений китайцев, включая решение вопросов безопасности и криминогенности [1] в организации туров. В ближайшем будущем их расходы вырастут, и они займут место старших поколений, но на новом информационном уровне. Их привлекают культурно-массовые мероприятия, личное общение с новыми людьми, научно-образовательный и рекреационный туризм, который они часто совмещают со своими интересами и хобби.

Вопреки распространённому мнению о наибольшем посещении китайцами приграничных регионов Сибири и Дальнего востока на них пришлось всего 27,1% туристов. Остальной объём туристического потока в 2019 г. пришёлся на внутренние регионы России. В том числе: 55% прибыло в московские аэропорты, 17,6% прибыли воздушным, водным и железнодорожным транспортом в Санкт-Петербург³.

Начало 2020 г. стало шоковым для международных отношений в туристичес-

¹ Федеральное агентство по туризму: официальный сайт. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/analytics/statistics/chislo-vezdnykh-turistskikh-poezdok-inostrannykh-grazhdan-v-rossiyskuyu-federatsiyu> (Дата обращения: 21.10.2022).

² Ассоциация «Мир без границ»: Официальный сайт. URL: <http://mbg.expocom.pro/rossiysko-kitayskiy-turizm/statistika> (Дата обращения: 21.10.2022).

кой сфере. В период распространения пандемии COVID-19 в Китае вступили в силу одни из самых жёстких ограничений на передвижение, а государственные границы КНР перешли в закрытый режим. В 2020 г. зафиксировано, вызванное ограничениями, резкое снижение китайского турпотока в Россию до 81 924 чел. (–95,6%). В 2021 г. въезд приблизился к показателям советско-китайского группового туризма по обмену и составил 18 225 чел.

Привыкшие к выездным туристическим поездкам граждане Китая в условиях ужесточения межгосударственного транзита компенсировали реализацию своих потребностей за счёт внутреннего туризма, который в дни празднования главных государственных праздников стал стабильно восстанавливаться, а в ряде случаев даже превысил доковидные показатели 2019 г., увеличившись со 112 до 234 млн поездок [2, с. 123; 3, с. 55].

В 2023 г. возобновились работы по новому соглашению в сфере российско-китайского туризма, но туристические обмены начались только со второй половины года, что затрудняет оценку новых тенденций после снятия ковидных ограничений. До последнего времени продолжается согласование ряда административных вопросов, включая полётные программы китайских и российских авиаперевозчиков.

Материалы и методы

Исследование базируется на анализе российских источников по теме исследования, законодательной базы и оценке официальных статистических данных о количестве туристов. Изучена динамика за 2011–2019 гг. количества прибытий китайских туристов в Российскую Федерацию. В ходе исследования использованы сравнительно-

географический, экономико-статистические методы. Учтены данные социологических исследований, выполненных в ходе изучения перспектив спроса в регионе со стороны китайских туристов.

Развитие российско-китайских отношений в сфере туризма: нормативно-правовые аспекты

Значимой вехой становления туристических отношений между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой стало официальное заключение 3 ноября 1993 г. соглашения о сотрудничестве в области туризма⁴. Соглашение устанавливало, что въезд китайских туристов осуществлялся в безвизовом порядке на основе заграничных паспортов и заблаговременно согласованных списков групп. География взаимных поездок расширилась до всех пределов договорившихся сторон. К сожалению, положительный эффект заключения Соглашения был нивелирован обвалом межгосударственной торговли 1994 г. и последовавшим затем падением турпотока на 56% (до 330 тыс. туристов).

Ослабление действия негативных факторов экономического способствовало возвращению сторон к идее интенсивного развития туристических отношений, что ознаменовалось подписанием 29 февраля 2000 г. совместного Соглашения о безвизовых групповых поездках⁵. Подписанное соглашение содержало ряд положений, уточняющих порядок осуществления безвизового туристического обмена и снимающих имевшиеся юридические противоречия во внутренних правовых системах. Были определены права туристов, установлена минимальная численность групп, установлен срок безвизового пребывания не более пятнадцати календарных дней, согласо-

³ ИАЦ «STI». URL: <https://www.sibtourport.ru> (Дата обращения: 18.02.2023).

⁴ Соглашение между Правительством РФ и Правительством КНР о сотрудничестве в области туризма от 03.11.1993 // Справочно-правовая система «Гарант». URL: <https://base.garant.ru/2561916/> (Дата обращения: 03.02.2023).

⁵ Соглашение между Правительством РФ и Правительством КНР о безвизовых групповых туристических поездках от 29.02.2000 // Справочно-правовая система «Гарант». URL: <https://base.garant.ru/2562816/> (Дата обращения: 03.02.2023).

ны полномочия взаимодействующих контролирующих органов в сфере туризма с обеих сторон [7, 8].

В соответствии с требованиями, установленными данным Соглашением, туристические группы должны строго соответствовать следующим условиям:

- 1) безвизовые поездки в рамках Соглашения совершаются исключительно в составе групп;
- 2) группа направляется только организацией, имеющей право на направление туристических групп;
- 3) в состав группы обязательно входит представитель от направляющей туристической организации, внесённой в список, предусмотренный ст. 4 Соглашения;
- 4) общая численность группы может быть в пределах от 5 до 50 чел.;
- 5) группа может состоять исключительно из граждан одного государства;
- 6) в группу туристов, следующих в безвизовом режиме, не могут входить лица, следующие в поездку на основании визы;
- 7) въезд в страну пребывания и обратный выезд осуществляется только через пограничные пункты пассажирского сообщения;
- 8) пункты пропуска должны быть открытые для двустороннего и международного сообщения;
- 9) пересечение государственной границы членами туристической группы осуществляется в установленном порядке только в составе группы;
- 10) поездки по территории принимающего государства должны осуществляться по действительным проездным документам;
- 11) срок безвизового пребывания не может быть более пятнадцати дней в календарном исчислении.

Данные требования являются обязательными по отношению к обеим договорившимся сторонам. Обязательной для исполнения является вся совокупность требований. Несоответствие или нарушение одного из требований исключает возможность на право осуществления групповой безвизовой поездки. Учитывается и ряд установленных требований со стороны КНР: придерживаться дружественного политико-экономического курса, обладать туристической привлекательностью, не иметь дискриминирующих законов в отношении китайских туристов, иметь режимы свободного въезда и гарантии безопасности для туристов, а также выступать в качестве туристического донора для китайской экономики [6, с. 183].

Эффект от принятых и закреплённых Соглашением решений проявился в положительной динамике китайского туристического потока. По данным ассоциации «Мир без границ» с 2000 по 2003 г. общее число китайских граждан, посетивших Россию, возросло с 494 до 680 тыс. чел., что составило рост на 37,6%⁶; из них, согласно сведений Федеральной службы государственной статистики (ФСГС), в 2003 г. доля туристов составила 203 тыс. чел. или 29,8%⁷. Рост объёма китайского въездного туризма сопровождался так же расширением его географии. Исходя из предпочтений целевой аудитории, начинают формироваться наиболее привлекательные для неё маршруты и места посещения, накапливается первичный опыт обслуживания клиентуры.

В развитие отношений в сфере туризма 17 ноября 2006 г. в Шанхае сторонами был подписан Протокол о внесении изменений в Соглашение от 29 февраля 2000 г.⁸ Росту китайского туризма способ-

⁶Ассоциация «Мир без границ»: официальный сайт. URL: <http://mbg.exposcom.pro/rossiysko-kitayskiy-turizm/statistika> (Дата обращения: 21.10.2021).

⁷Туризм и туристские ресурсы в России. 2004: Стат. сб. М.: Росстат., 2004. 267 с.

⁸Протокол о внесении изменений в Соглашение между Правительством РФ и Правительством КНР о безвизовых групповых туристических поездках от 29.02.2000 (подписан в г. Шанхае 17.11.2006) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_126294/ (Дата обращения: 03.02.2023).

ствовали и преобразования социальной политики китайского руководства в отношении своих граждан [1, с. 41-42]: внедрение с 2008 г. в социальной системе оплачиваемых отпусков. Возросшая популярность туристических поездок вызвала сильную нагрузку на инфраструктуру, что потребовало проведения серьёзных преобразований для поддержки развития внутреннего туризма [10]. В это же время, положительно оценивая полученный опыт туризма как прибыльной части экономики, руководство КНР пришло к выводу, что активная государственная поддержка развития данной отрасли способствует созданию новых рабочих мест внутри страны. Возросший же поток выездного туризма наглядно демонстрирует экономические успехи нового курса социалистического строя за пределами Китая. Период реализации двенадцатого пятилетнего плана развития Китая на 2011–2015 гг. был объявлен началом эпохи массового китайского туризма, как ведущего элемента национальной экономики.

В целях дальнейшего поддержания туристической привлекательности своих стран, после вступления в силу «шанхайских» изменений в Соглашение, реализован комплекс мероприятий, который существенно повысил имидж обеих стран для привлечения туристов, и как следствие привёл к увеличению динамики роста китайского турпотока в Россию. Прделанная работа, обеспечила достижение общего количества частных туристов и групп из Китая в Россию в 1256 тыс. чел. за 2018 г.⁹, что на 436,7% выше показателей 2011 г. (234 тыс. чел.). На современном этапе заинтересованные стороны продолжают осуществлять взаимодействие в нескольких форматах: Комитет китайско-российского гуманитарного сотрудничества; Конференция

министров туризма и Рабочая координационная группа по туризму [5, с. 74].

Дискуссия

Калининградская область потенциально может стать привлекательным регионом для китайских туристов, учитывая туристско-рекреационный потенциал и активное развитие деловых связей в машиностроении и транспорте. Реальные посещения гостями из КНР территории Калининградской области в целях туризма и деловой деятельности в 2019 г. можно оценить по их регистрации в коллективных средствах размещения на территории региона: всего было размещено 3594 китайских граждан¹⁰, что составило 3,7% от общего количества размещённых иностранных граждан. При этом всех их можно отнести к индивидуальным посетителям, так турфирмы региона не приняли ни одного китайского туриста¹¹. На Северо-Западе России и по России в целом китайские туристы занимают первое место среди иностранных туристов по размещению в гостиничных предприятиях [11, с. 430].

Однако, указанные показатели явно недостаточны, чтобы оказывать существенное влияние на развитие туристских отношений с Китаем. Причинами являются значительная удалённость Калининградской области от КНР, отсутствие прямого сообщения, а также недостаточная известность потенциально привлекательных туробъектов в целевой среде. Хотя следует отметить, что размещённый в 2018 г. на Китайском веб-сайте российского туризма, «Путеводитель по Калининграду» по состоянию на 21.10.2021 г. был скачан 612832 раза¹². Таким образом, определённый интерес к Калининградской области у китайских туристов присутствует, но его привлекательность недостаточно раскрыта, что,

⁹ Ассоциация «Мир без границ». URL: <http://mbg.exposcom.pro/rossiysko-kitayskiy-turizm/statistika> (Дата обращения: 21.10.2021).

¹⁰ О деятельности коллективных средств размещения общего назначения (гостиницы и аналогичные средства размещения) в 2019 году // Стат. бюлл. Калининград: Калининградстат, 2020. 55 с.

¹¹ О деятельности туристских фирм Калининградской области в 2019 году // Стат. бюлл. Калининград: Калининградстат, 2020. 16 с.

собственно, не позволило воспользоваться плодами бурного роста китайского турпотока в доковидный период. На первоначальном этапе целевой аудиторией следует считать индивидуальных туристов, самостоятельно прибывающих в визовом режиме. Безвизовых групп, можно было бы ожидать в результате дополнения имеющихся маршрутов по России поездкой в Калининград, после увеличения срока их возможного пребывания на территории страны.

Основными направлениями туризма, перспективными для китайских туристов могут стать рекреационный туризм и культурно-познавательный, в том числе с акцентом на янтарь и рекреационные возможности янтаря. Учитывая повышенную популярность у китайских туристов «Красного маршрута», важным фактором их привлечения в Калининградскую область может стать разработка региональной программы соответствующего содержания.

Выводы

Подводя итоги исследования вопросов исторического формирования российско-китайских отношений в сфере туризма и современных тенденций, влияющих на китайский въездной туризм, можно

отметить следующее:

- 1) актуальными направлениями для китайского туризма продолжают оставаться, официально поддерживаемые правительством КНР, «Красный маршрут», семейный и рекреационный туризм;
- 2) поведенческая модель «молодых» туристов в будущем существенно изменит структуру форм въезда в части увеличения доли визовых поездок;
- 3) увеличение сроков пребывания и снижение численности состава безвизовых групп будет способствовать мобильности туристического потока, с возможностью включения новых регионов для посещения;
- 4) решение проблем и недостатков, связанных с комфортностью пребывания и сокращение нелегального сегмента туристической индустрии, будут способствовать динамике роста китайского турпотока.

Снижение регламентации по въездному туризму и расширение делового сотрудничества будут способствовать активизации туристских обменов и включению ряда российских регионов по разработке туристских продуктов для китайского рынка.

Список источников

1. Александрова М.В., Заклязьминская Е.О. Китайский туризм и его российский вектор: реалии и узкие места // В сб.: Доклады ИДВ РАН 2018–2019 / РАН, Ин-т Дальнего Востока; ред.-сост.: Е.А. Лапшина. М.: ИДВ РАН, 2020. С. 7-56.
2. Заклязьминская Е.О. Туристическая отрасль в стратегии развития Китая: Монография. М.: ИМЭМО РАН, 2021. 234 с. DOI: 10/20542/978-5-9535-0597-0.
3. Заклязьминская Е.О. Кризис в туристической отрасли Китая: новые механизмы контроля и трансформация подходов к «нулевой терпимости» к коронавирусу // Проблемы Дальнего Востока. 2021. №6. С. 47-62. DOI: 10/31857/S013128120017346-1.
4. Ефремова М.В., Чкалова О.В., Жуй Би. Анализ развития международного туризма между Россией и Китаем // Экономический анализ: теория и практика. 2017. Т.16. Вып.6. С. 1127-1139. DOI: 10.24891/ea.16.6.1127.
5. Лю С. О развитии туристической дипломатии Китая с соседними странами в XXI веке // Актуальные проблемы международных отношений и глобального развития: Сб. науч. ст. Минск, 2021. Вып.9. С. 70–85. doi: 10.33581/2311-9470-2021-9-70-85.
6. Нечаева А.В. Предпосылки и условия формирования выездного туризма в Китае // Туризм и региональное развитие. 2004. Вып. III. С. 181-187.

¹² Путеводитель по Калининграду. URL: https://www.russia-online.cn/CityGuide/cstray_21.shtml (Дата обращения: 21.10.2021).

7. Сазыкин А.М., Широкова А.В. Тенденции развития китайского выездного туризма // Сервис в России и за рубежом. 2021. Т.15. №4. С. 18-31. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-4-18-31.
8. Сунь Яо. О путях повышения уровня китайско-российского сотрудничества // Проблемы Дальнего Востока. 2013. №6. С. 88-92.
9. Сытенко Г.Н. Формирование и реализация приоритетных направлений российско-китайского сотрудничества в 1991-2011 годы. Автореф. дис. ... канд. истор. наук. М., 2013. 26 с.
10. Чжан Би Юй. Государственная политика развития внутреннего туризма в Китае // Вестник ун-та. 2014. №21. С. 64-66.
11. Kropinova E.G., Korneevets V.S., Fedorov G.M. Geography of Tourism in the Baltic Region in Changing Geopolitical Conditions // Regional Research of Russia. 2023. Vol.13. Iss.3. Pp. 428–439. doi: 10.1134/S2079970523700880.

References

1. Aleksandrova, M. V., & Zaklyazminskaya, E. O. (2020). Kitajskij turizm i ego rossijskij vektor: realii i uzkie mesta [Chinese tourism and its Russian vector: Realities and bottlenecks]: *Doklady IDV RAN 2018–2019 [Reports of Institute of the Far East RAS, 2018–2019]*. Moscow: IFE RAS, 7-56. (In Russ.).
2. Zaklyazminskaya, E. O. (2021). *Turisticheskaya otrasl' v strategii razvitiya Kitaya [Tourism industry in the development strategy of China]: A monograph*. Moscow: IMEMO RAS. doi: 10/20542/978-5-9535-0597-0. (In Russ.).
3. Zaklyazminskaya, E. O. (2021). Krizis v turisticheskoy otrasli Kitaya: novye mekhanizmy kontrolya i transformaciya podkhodov k «nulevoj terpimosti» k koronavirusu [The crisis in the tourism industry of China: new control mechanisms and transformation of approaches to "zero tolerance" to coronavirus]. *Problemy Dalnego Vostoka [Problems of the Far East]*, 6, 47-62. doi: 10/31857/S013128120017346-1. (In Russ.).
4. Efremova, M. V., Chkalova, O. V., & Zhui, Bi. (2017). Analiz razvitiya mezhdunarodnogo turizma mezhdru Rossiej i Kitaem [Analysis of the development of international tourism between Russia and China]. *Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika [Economic analysis: Theory and practice]*, 16(6), 1127-1139. doi: 10.24891/ea.16.6.1127. (In Russ.).
5. Liu, X. (2021). O razvitii turisticheskoy diplomatii Kitaya s sosednimi stranami v XXI veke [On the development of China's tourism diplomacy with neighboring countries in the XXI century]. *Aktualnye problemy mezhdunarodnykh otnoshenij i globalnogo razvitiya [Actual problems of international relations and global development]: Collection of scientific articles*, 9, 70–85. doi: 10.33581/2311-9470-2021-9-70-85. (In Russ.).
6. Nechaeva, A. V. (2004). Predposylki i usloviya formirovaniya vyezdnoho turizma v Kitae [Prerequisites and conditions for the formation of outbound tourism in China]. *Turizm i regionalnoe razvitie [Tourism and regional development]*, 3, 181-187. (In Russ.).
7. Sazykin, A. M., & Shirokova, A. V. (2021). Tendencii razvitiya kitajskogo vyezdnoho turizma [Trends in the development of Chinese outbound tourism]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]*, 15(4), 18-31. doi: 10.24412/1995-042X-2021-4-18-31. (In Russ.).
8. Sun, Y. (2013). O putyakh povysheniya urovnya kitajsko-rossijskogo sotrudnichestva [On ways to increase the level of Sino-Russian cooperation]. *Problemy Dalnego Vostoka [Problems of the Far East]*, 6, 88-92. (In Russ.).
9. Sytenko, G. N. (2013). *Formirovanie i realizaciya prioritetnykh napravlenij rossijsko-kitajskogo sotrudnichestva v 1991-2011 gody [Formation and implementation of priority areas of Russian-Chinese cooperation in 1991-2011]: Candidate of History dissertation: Author's abstract*. Moscow. (In Russ.).
10. Zhang, Bi Yu. (2014). Gosudarstvennaya politika razvitiya vnutrennego turizma v Kitae [State policy of domestic tourism development in China]. *Vestnik universiteta [Bulletin of the University]*, 21, 64-66. (In Russ.).
11. Kropinova, E. G., Korneevets, V. S., & Fedorov, G. M. (2023). Geography of Tourism in the Baltic Region in Changing Geopolitical Conditions. *Regional Research of Russia*, 13(6), 428–439. doi: 10.1134/S2079970523700880.

ГЛОТОВА Жанна Владимировна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
кандидат педагогических наук, доцент; e-mail: glotova_hanna@mail.ru*

МУТАВЧИ Еликанида Павловна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
старший преподаватель; e-mail: EMutavchi@kantiana.ru*

LIFE-SEEING КАК НОВАЯ СТРАТЕГИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ТУРИЗМЕ

В статье рассматривается межкультурное взаимодействие в туризме с исторической точки зрения и с позиции современного взгляда. Затрагиваются вопросы развития туризма с экономической, социологической, психологической, культурологической и лингвистической позиций. В статье авторы подчёркивают важность туризма в структуре интерпретации общества, его влияния на качество международных контактов и выстраивание интеркультурного диалога. Делается акцент на том, что позитивное влияние туризма на многие сферы жизнедеятельности происходит не автоматически, а постепенно. В эмпирической части работы авторы демонстрируют свои наработки по созданию стратегии обучения межкультурному диалогу и взаимодействию на основе внедрения в работу гидов, экскурсоводов рассказов о своём наработанном опыте с помощью рассказов с целью сблизить понимание культур представителями разных стран. Такая стратегия также позволит более близко соприкоснуться с реалиями жизни страны, региона, который посетили туристы. Было выделено шесть этапов реализации данной стратегии для экскурсоводов Калининградской области. Использование данных этапов позволит более глубоко погрузить туристов в самобытность области. Сделаны выводы о том, что в будущем туризм может гораздо более интенсивно развиваться за счёт обучения экскурсоводов по этой стратегии. Если бы поощрялись такие формы туризма, как life-seeing (жизнеознакомительный туризм), то могли бы происходить глубокие встречи и интенсивный обмен.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, межкультурное взаимодействие, life-seeing, космополитизм, обучение экскурсоводов



Для цитирования: Глотова Ж.В., Мутавчи Е.П. Life-seeing как новая стратегия межкультурного взаимодействия в туризме // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 16–24. DOI: 10.5281/zenodo.10382128.

Дата поступления в редакцию: 18 октября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

UDC 379.85 EDN: ZOJPM
DOI: 10.5281/zenodo.10382128

Zhanna V. GLOTOVA

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
PhD in Pedagogy, Associate Professor; e-mail: glotova_hanna@mail.ru*

Elikanida P. MUTAVCHI

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
Senior Lecturer; e-mail: EMutavchi@kantiana.ru*

LIFE-SEEING AS A NEW STRATEGY OF INTERCULTURAL INTERACTION IN TOURISM

Abstract. *The authors consider intercultural interaction in tourism from a historical point of view and from a modern perspective. The issues of tourism development from economic, sociological, psychological, cultural and linguistic positions are touched upon. In the article the authors emphasize the importance of tourism in the structure of interpretation of society, its influence on the quality of international contacts and building intercultural dialogue. Positive impact of tourism on many spheres of life is not automatic, but gradual. In the empirical part of the work, the authors demonstrate their work on creating a strategy of teaching intercultural dialogue and interaction based on introducing into the work of guides, tour guides stories about their experience with the help of stories to bring closer understanding of cultures by representatives of different countries. This strategy will also allow getting closer to the realities of life in the country, region visited by tourists. The article identifies six stages of implementation of this strategy for tour guides in the Kaliningrad region. The use of these stages will allow immersing tourists more deeply into the identity of the region. It is concluded that tourism can be developed much more intensively in the future by training tour guides in this strategy. If forms of tourism such as life-seeing tourism were encouraged, deep encounters and intensive exchanges could take place.*

Keywords: *intercultural communication, intercultural interaction, life-seeing, cosmopolitanism, training of tour guides*



Citation: Glotova, Zh. V., & Mutavchi, E. P. (2023). Life-seeing as a new strategy of intercultural interaction in tourism. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 16–24. doi: 10.5281/zenodo.10382128. (In Russ.).

Article History

Received 18 October 2023
Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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

© 2023 the Author(s)



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

Введение

В связи с огромной значимостью туризма можно предположить, что и научное сообщество уделяет этой дисциплине соответствующее внимание. Однако во многих странах изучение туризма недостаточно представлено как самостоятельная дисциплина [2]. На сегодняшний день туризм – это очень мультидисциплинарная область, не имеющая единой общей модели, а также единого метода исследования [4]. Вклад в область туризма основывается на различных научных подходах. В зависимости от вопроса научного исследования характеристики туризма рассматриваются, например, с экономической, социологической, психологической, культурной или юридической точки зрения. Этот обособленный научный подход приводит к разделению науки о туризме на различные субдисциплины, такие как социология туризма, история туризма, география туризма, экономика туризма и др.

Теоретическое осмысление проблемы

В настоящей статье на первый план выходят межкультурные контакты, возникающие в процессе туризма, и их социальные последствия. Поэтому объяснительные подходы и теоретические модели в основном относятся к социологии и культурологии. Авторы вслед за В. Кифлом и Р. Бахляйтнером под туризмом понимают социальное явление, при котором происходит общение и конфронтация одних культур с другими [8].

Израильский социолог Эрик Коэн занимается социологией туризма и делит её на четыре категории: сами туристы, взаимодействие между туристами и местными жителями, система туризма и влияние туризма на социальные ценности, нормы и т.д. [1].

Социология туризма очень тесно связана с другими научными дисциплинами. Прежде всего, большое значение придаётся фактору культуры. В. Липп утверждает, что культура и общество не могут быть разделены ни концептуально, ни конкретно,

во всеобъемлющих социокультурных событиях [13]. Культуролог Дитер Крамер описывает туризм как активную и пассивную часть культурного процесса: «В туризме, с туризмом и через туризм люди разворачивают свою культуру» [10].

Как активная часть культурного процесса, туризм вносит существенный вклад в переживание и интерпретацию мира в обществе. Это предполагает влияние на формирование символических систем символов и ценностей. Поскольку туризм объединяет сферы жизни людей из разных регионов, он способствует культурным изменениям и вносит вклад в процессы аккультурации. О социокультурных изменениях в результате туризма можно писать и с антропологической точки зрения. Антропологические подходы имеют дело, в частности, с нематериальной культурой, а также материальной культурой, создаваемой туризмом. Это предполагает рассмотрение вопросов о том, какие нарративы о своём участии в туризме создают путешественники [12].

Далее рассмотрим влияние межкультурных контактов на общество путешественников. Исследователь туризма Астрид Кёстерке определяет межкультурные контакты в туризме как личные встречи с представителями других культур. Кёстерке заявляет: «В контексте отдыха за рубежом – будь то классические пакетные туры, учебные поездки или самостоятельно организованные индивидуальные путешествия, существует множество возможностей для встреч между представителями разных культур, будь то в ресторане, во время шопинга, в общественном транспорте, на дискотеке или во время экскурсий, случайно, спонтанно или сознательно» [9].

Социологи туризма Кифл и Бахляйтнер подчёркивают положительное влияние туризма на межкультурные контакты. Но, тем не менее, по их мнению, туристические встречи характеризуются коротким временным горизонтом, относительной свободой от повседневных обязательств и близостью к принимающей стороне. Культуролог Г. Дворшак объясняет, что, хотя туристы

физически близки к своим хозяевам, на культурном уровне встреча характеризуется определённой закрытостью, на культурном уровне встреча характеризуется определённой дистанцией [3]. Однако, в отличие от других межкультурных контактов, туризм предлагает непринуждённую атмосферу для встреч.

Эрвинг Гофман пытается объяснить процессы, происходящие при взаимодействии представителей разных культур [5]. Он описывает отношения между гостями и хозяевами и сравнивает их с театральной постановкой, утверждая, что человек в своём социальном поведении – это великий самоперформер, действующий на меняющихся сценах. Он различает переднюю и заднюю сцены, на которых человек может принимать различные роли. Под первой сценой понимается открытая сцена жизни, на которую имеют доступ все участники. С точки зрения туризма, передняя сцена соответствует области, где туристы и местные жители в своих ролях выступают как отдыхающие и поставщики услуг в сфере туризма. Местные жители выступают в роли дружелюбных и прекрасных хозяев. Туристы, выступающие в роли отдыхающих, часто демонстрируют очень непринуждённое и расслабленное поведение и ведут себя совсем не так, как в повседневной жизни у себя дома.

Межкультурные контакты в рамках сервисной культуры, с одной стороны, характеризуются, предрассудками и клише, а с другой – любопытством и взаимной выгодой [15]. Для качества встреч было бы важно открыть так называемое закулисье. Это позволит познакомиться с реальной жизнью и культурой местного населения. Встреча должна быть направлена не на межкультурную инсценировку, а на качественный культурный обмен. Поскольку культура очень динамична, культурный обмен ведёт к культурным изменениям в долгосрочной перспективе. В конечном итоге межкультурные контакты между туристами и местными жителями приводят к взаимодействию между культурами.

Люем специально рассматривает возникающие процессы изменений и называет их экзогенными культурными изменениями и процессами аккультурации [14]. Важную роль в этих взаимосвязях и обменах культурными элементами играют каналы связи. Типичными примерами таких каналов коммуникации являются дороги, аэропорты, гостиницы, туристические центры. Чем многочисленнее эти каналы коммуникации и точки соприкосновения, тем сильнее культурное влияние. Так называемая схема воздействия на аккультурацию, вызванную туризмом, различает четыре сменяющиеся друг друга фазы культурного контакта.

Первая фаза связана с демонстрационным эффектом. Он основан на демонстрации поведения туристов и пробуждает ранее неосознанные потребности. Следующая фаза – эффект подражания, при котором местные жители подражают внешним характеристикам туристов. Например, стиль одежды, межличностное поведение и лингвистические особенности туристов. Третья фаза описывает эффект идентификации и, следовательно, соответствует глубокому перенимающему поведению. Происходит не только подражание поверхностной внешности, но и перенимаются системы идей и ценностей. От старых норм отказываются. Последний этап характеризуется эффектом аккультурации. Процесс аккультурации подразумевает влияние различных культурных кругов, которое обычно происходит на взаимной основе.

Аккультурация – сложный и многомерный процесс. Этот процесс частично сознательно, но в значительной степени и бессознательно стимулируется или задерживается действующими индивидами общества. Элементы культуры часто формально перенимаются, но переосмысливаются и применяются в иной форме, чем в исходной культуре. Представители культурных групп, которые очень сильно укоренены в своих старых традициях относительно восприимчивы к эффекту культурной имитации.

Практическое осмысление проблемы

В рамках эмпирической части авторы данной статьи хотели бы разработать стратегию межкультурного диалога и взаимодействия. Основные особенности стратегии заключаются в следующем. В рамках герменевтической дискуссии неоднократно упоминались межкультурные встречи в туризме и, соответственно, важность гидов и значимость историй об опыте. В ходе исторической проработки стало ясно, что гиды всегда выполняли центральную функцию посредников знаний, наставников и т.д. Историческая трактовка темы всегда основывалась на идее, что гид – это межкультурный человек. Историческая трактовка темы также показала, что путешествия всегда побуждали людей рассказывать истории и всегда служили источником вдохновения и, таким образом, оказывали решающее влияние на понимание обществом культуры и идентичности [11]. Таким образом, следующие темы, а именно: межкультурные встречи в туризме, роль гидов, теория нарратива, межкультурное обучение, социальное развитие и культурная идентичность, очень тесно связаны между собой. В рамках эмпирической части авторы хотели бы связать эти темы в виде нового подхода.

Тема актуальна особенно сегодня, когда развивается внутренний туризм, когда Калининградская область, расположенная на берегу Балтийского моря, является очень привлекательным объектом туризма. Все больше экскурсоводов обучается по образовательным программам. Следует отметить, что знания гидов могут быть полезны не только для путешественников, но и для общества, которое они посещают. Особенно интересными для путешественников могут быть их знания о межкультурном взаимодействии. Далее авторы представят стратегию, которая покажет, как можно систематически использовать эти знания гидов, как эти знания гидов могут быть систематически закреплены и переданы обществу путешественников.

Основная идея предлагаемой стратегии заключается в следующем: расширении функции гида за счёт использования историй, основанных на опыте. Хотелось бы применить эту стратегию к Калининградской области, где гиды очень важны для общей туристической картины. Для достижения цели по снижению дефицита информации авторы предлагают использовать туризм как поле межкультурного обучения. Существенную роль в этом играет обучение через опыт. С одной стороны, рассказы экскурсоводов об опыте должны способствовать обучению через опосредованный опыт и служить передаче знаний о культуре, ценностях и межкультурных контактах. При использовании историй опыта может быть достигнут эффект обучения со стороны реципиентов. Переходя к этой стратегии, следует начать пересказ важных межкультурных событий из профессиональной повседневной жизни гидов, рефлексивную деятельность, дискуссии и, наконец, процесс обучения туристов. Благодаря обогащению знаний туристов должно повыситься и их желание участвовать в межкультурных встречах в туризме в рамках проектов life-seeing (жизнеознакомительного туризма), где туристы и местные жители встречаются в организованной форме, туристы должны иметь возможность применить имеющиеся у них межкультурные компетенции. Это соответствует концепции обучения через непосредственный опыт. Гиды выступают в роли посредников культуры и одновременно производителей историй опыта. Туристы представляют принимающую культуру и культуру места назначения. Они также выступают в качестве реципиентов историй опыта и агентов наблюдения за жизнью. Путешественник считается представителем гостевой культуры и культуры-источника. Кроме того, путешественники являются партнёрами по взаимодействию для гидов и для путешественников в контексте life-seeing.

Для того чтобы иметь возможность разработать конкретную стратегию переда-

чи опыта экскурсоводов населению, необходимо сначала определить цели и меры. Основной целью стратегии является борьба с недостатком информации, а также с неопределённостью и стереотипными представлениями со стороны туристов. Необходимо инициировать процесс межкультурного обучения, который приведёт к лучшему межкультурному пониманию. Цель – стимулировать готовность калининградцев к участию в межкультурных встречах во внутреннем туризме. При этом необходимо добиться того, чтобы встречи происходили не в основном на стыке культуры гостей и культуры принимающей стороны, а, чтобы в них участвовали все местные жители. Всеобъемлющей и долгосрочной целью является превращение населения Калининградской области в космополитическое общество с транскультурными ценностями. Транскультурная деятельность в данном контексте означает, что калининградцы учатся справляться с разнообразием идентичностей, образов жизни и стилей поведения в глобальных, сетевых и смешанных культурах.

Чтобы уменьшить недостаток информации у путешественников, может быть использован нарративный метод Тьера [16]. В этом контексте рассказы экскурсоводов должны служить передаче знаний о культуре, ценностях и межкультурных контактах. Метод рассказов о впечатлениях является межкультурным инструментом передачи знаний. Такое обогащение знаний туристов должно повысить их готовность к участию в межкультурных встречах в туризме. В рамках проектов *life-seeing*, в которых туристы и местные жители встречаются организованным образом, туристы должны иметь возможность непосредственно применять полученные межкультурные компетенции. В основе *life-seeing* лежат транскультурные ценности.

Фактически предполагается, что люди со схожим образом жизни, но разной культурной подготовкой должны обмениваться опытом. Например, местные врачи могут встречаться с врачами из других культур и

вместе ездить на экскурсии. Благодаря такому обмену и обучению общество в перспективе должно стать космополитичным.

При создании историй опыта должны быть обеспечены специальные критерии, связанные с содержанием для достижения поставленных целей. В основном содержание рассказов состоит из повествований о межкультурных встречах в туризме с точки зрения экскурсоводов. При этом гиды, как показано в модели Хердина, выступают в роли посредников знаний и послов собственной культурной идентичности для туристов [6]. В рамках эмпирической части были определены шесть стадий развития межкультурного обучения.

Согласно Хоопес, межкультурное обучение происходит в форме процесса, который непрерывно ведёт к прогрессу [7]. Авторы резюмирует, что рассказы об опыте также должны строиться как процесс. Они не могут привести к улучшению межкультурного взаимопонимания в одночасье. Изменения в поведении и установках могут быть достигнуты только при постоянном целеустремленном и структурированном подходе. Поэтому рассказы об опыте должны распространяться в течение длительного времени.

На первом этапе необходимо осознать и снизить уровень этноцентризма. Рассказы об опыте должны быть посвящены эгоцентризму, существующему в российском (калининградском) обществе. В рамках этого первого этапа должна была быть предпринята попытка привлечь внимание к стереотипам воображения, предубеждениям и страху перед иностранцами среди калининградцев с помощью конкретных историй. В то же время эти истории должны укреплять собственную идентичность, поскольку чем больше человек уверен в себе, тем меньше он отступает от стереотипов. Таким образом, гиды выступают в роли посланников своей культуры для местных жителей.

Экскурсоводы должны в своих рассказах показывать общие черты, т.е. своё в чужом, а также чужое в своём. Таким

образом можно заложить основу для доверительных встреч в туризме. Экзотика, которая всегда преобладает в России, в Калининграде, в частности, по отношению к туристам из таких стран, как Китай, Индия, страны Африки и Латинской Америки также должны быть рассмотрены и снижены на первом этапе.

На втором этапе рассказы об опыте должны быть направлены на повышение осведомлённости о других культурах. Таким образом, рассказы должны подчёркивать многочисленные возможности, которые открываются при межкультурном взаимодействии в туризме. Они должны повысить мотивацию и готовность калининградцев участвовать в межкультурных встречах. Истории должны быть весёлыми и представлять культурное разнообразие как обогащение. В то же время они должны побуждать к размышлениям и дискуссиям о культуре, идентичности и дальнейшем развитии.

Теперь *на третьем этапе* необходимо способствовать пониманию других ценностей и символических кодов. Необходимо сформировать определённое понимание процессов, проблем и групп людей, упомянутых в эмпирическом рассказе. Эта фаза предполагает конкретное приобретение поведенческой компетенции, коммуникативной компетенции и компетенции понимания. Кроме эмпатии и терпимости к двусмысленности, необходимо получить знания о различных ценностях, стилях общения и адекватном поведении. Приобретение этих компетенций происходит в контексте, а не путём изложения чистых фактов, как это часто бывает в межкультурном тренинге. Рассказы об опыте закрепляют эти знания в ситуационный контекст. Благодаря образцовой и персонифицированной форме представления историй опыта читателям должно быть легче идентифицировать себя с ситуацией и героями и, таким образом, отразить полученные знания в своей собственной жизни. В частности, обучение компетенциям межкультурной коммуникации является важным компонентом

этого этапа, так как это является самой большой проблемой при межкультурных контактах. Истории опыта на этом этапе могут быть очень конкретными в отношении опыта межкультурных встреч в связи с культурно-специфическими значениями слов, речевых действий, организации разговора, табуированных тем, речевых актов, организации разговора, табуированных тем, прямоты или косвенности культур, паравербальные факторы, невербальные факторы, культурно-специфические ценности и культурные нормы, а также культурно-специфические действия. Такая передача знаний может компенсировать недостаток информации и создать ощущение большей уверенности в себе при межкультурных контактах.

На четвёртом этапе после базового ознакомления с другими ценностями необходимо развивать готовность к принятию культурных особенностей. В частности, эмоционально акцентированные рассказы об опыте должны стимулировать способность людей к эмпатическому осмыслению и принятию.

Пятая фаза должна быть посвящена восприятию других культурных ценностей, форм коммуникации и систем символов. В смысле постепенного процесса изменений, после изучения других ценностей иощерения принятия, эта фаза должна привести к осознанию другого. Гиды могут рассказывать истории о том, как обогащается их собственная идентичность благодаря культурному разнообразию. Они могут использовать конкретные примеры, чтобы проиллюстрировать, что чем больше человек ценит представителей других культур и чем больше он с ними знаком, тем больше он раскрывается и тем меньше он играет ни к чему не обязывающие роли. Таким образом, признание является основой для глубоких контактов. В этом контексте межкультурные взаимодействия и встречи предлагают также возможность узнать себя и свою идентичность. *На последнем этапе* рассказы об опыте должны сообщать о wyborочном принятии и инокультурных

ценностей, форм общения и символов. Предметом рассказов об опыте должны стать конкретные изменения в поведении в ситуациях взаимодействия. Динамика ситуаций межкультурного взаимодействия может быть освещена в историях опыта. Можно рассказать об опыте, в котором партнёры по общению ведут себя по-другому в силу того, что они заранее знают о культурных отпечатках, культурной обусловленности и использования адаптированных языковых и невербальных моделей поведения. О них собеседники сообщают выборочно. Они избирательно перенимаются собеседниками и интегрируются в их собственную культурную идентичность в изменённом виде. Таким образом, следует подчеркнуть культурное разнообразие, т.е. существование и взаимодействие различных культурных моделей действий и стилей общения. И наконец, что не менее важно, обогащается культурная идентичность, развиваются космополитические представления о мире.

Выводы и заключение

Подводя итог, авторы предполагают, что во всех шести фазах этих историй опыта на первый план должны выходить такие аспекты, как знакомство, сходство и согласие. Переживания, вынуждающие к непривычности, непохожести и диссонансу, должны быть по возможности исключены. Что касается структуры, что рассказы о переживаниях всегда основываются на конкретно описанной исходной ситуации. Затем следует событие, которое приводит к соответствующим последствиям и чёткому конечному состоянию. Трансформация между начальной и конечной ситуацией должна

вызывать у реципиента эффект "ага". Появление персонажей – центральное условие близости истории к жизни. Рассказы должны пытаться создать определённое напряжение, чтобы читатель был развлечён и при этом мог учиться.

По нашему мнению, в будущем туризм может гораздо более интенсивно использоваться в качестве такого поля обмена и обучения. Если бы поощрялись такие формы путешествий, как life-seeing, то могли бы происходить глубокие встречи и интенсивный обмен. Поэтому Калининградская область может направить своё развитие туризма в этом направлении. Таким образом, туризм можно рассматривать не только как сферу экономических доходов. В частности, повысились бы его социально-культурные преимущества.

Многие исследователи туризма утверждают, что прошлые исследования межкультурных контактов в туризме были сосредоточены на путешественниках и индивидуальных предложениях. В будущем важно более активно развивать туризм как область исследований в культурной социологии. Было бы желательно провести подробные исследования культурного и социологического воздействия на путешественников.

Таким образом, на практике молодые поколения могут более охотно относиться к гостям из зарубежной культуры во внутреннем туризме и воспринимать их как обогащение. Это облегчило бы им поиск своего пути в глобализированном мире. Систематическое проведение и оценка такого исследования могут стать частью дальнейших исследований.

Список источников / References

1. Cohen, E. (1984). The sociology of tourism: approaches, issues, and findings. *Annual Review of Sociology Research*, 10, 373-392.
2. Dann, G., & Liebman Parrinello, G. (2009). *The Sociology of Tourism: European Origins and Developments*. Tourism Social Science, 12. Bingley: Emerald Group Publ. Limited.
3. Dworschak, H. (1994). *Kulturdiskurse: Zum Verhältnis von Tourismus und indigener Kultur*. Münster: Waxmann.
4. Freyer, W. (2011). *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. 9. Aufl. München: Oldenbourg Verlag.

5. Goffman, E. (1983). *Wirallespielen Theater*. München-Zürich.
6. Herdin, T. (2008). Welterbe Thailand: ZwischenTempel und T-Shirts. *Welterbe-Tourismus, Kultur und Identität*. Luger, Wöhler und Saretzki et al. (Hrsg.), 263-280.
7. Hoopes, D. (1981). Intercultural Communication Concepts and the Psychology of Intercultural Experience. *Multicultural Education: A Cross-Cultural Training Approach*. Pusch (Hrsg.). Chicago: Intercultural Network, 9-38.
8. Kiefl, W., & Bachleitner, R. (2005). *Lexikon zur Tourismussoziologie*. Wien: Profil-Verlag.
9. Kösterke, A. (2000). *Urlaubsreisen und interkulturelle Begegnung – eine Befragung junger Leute. Untersuchung zur Ansprechbarkeit von jungen Erwachsenen in Deutschland auf Aspekte von interkulturelle Begegnung im Urlaub*. Ammerland: Studienkreis fürTourismus und Entwicklunge, V.
10. Kramer, D. (1993). Kulturanthropologie des Tourismus. *Tourismus-psychologie und Tourismussoziologie: Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. Hahn und Kagelmann (Hrsg.), 56-59.
11. Kutter, U. (1980). *Zur Kulturgeschichte des Reises*. *Niedersächsische Staatsund Universitätsbibliothek Göttingen* (Hrsg.). Niedersachsen in der Reiseliteraturvergangener Jahrhunderte: Ausstellungskataloge, 11-20.
12. Lauterbach, B. (2008). *Tourismus: Eine Einführungaus Sicht der volkskundlichen Kulturwissenschaft*. Würzburg: Königshausen& Neumann Verlag.
13. Lipp, W. (1988). Was heißt eigentlich Kultur – und wozuistsie gut? *Der Bürgerim Staat Magazin Kulturpolitik*, 4, 239-245.
14. Lüem, T. (1985). *Soziokulturelle Auswirkungen des Tourismus in Entwicklungsländern: Ein Beitragzur Problematik des Vergleiches von touristischenImplikationen auf verschiedenartige Kulturräume der Dritten Welt*. Dissertation. Zürich.
15. Luger, K., & Herdin, T. (2001). Der eroberteHorizont. Tourismus und interkulturelle Kommunikation. *Aus Politik und Zeitgeschichte Magazin*, 47, 6-19.
16. Their, K. (2010). *Storytelling: Eine Methode für das Change-, Marken-, Qualitäts und Wissensmanagement*. 2. Auf. Berlin: Springer-Verlag.

СЕМЕНОВА Людмила Валерьевна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: lsemenova@mail.ru*

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ КАДРОВ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Успешными предприятиями на рынке в условиях динамично и резко изменяющейся среды могут стать только те предприятия, которые развивают не только материально-техническую базу, но и непосредственно своих сотрудников, тем самым формируя конкурентоспособный кадровый потенциал. Особенно, это касается субъектов сервисных сфер экономики, таких как гостиничный бизнес, ресторанный сервис и индустрия туризма. Актуализируется этот вопрос и в связи с тенденциями развития рынка трудовых ресурсов, который в последние несколько лет характеризуется отрицательным приростом трудоспособного населения. Обусловлено это как естественным старением населения, снижением уровня работоспособности граждан в связи с прошедшей эпидемией COVID-19, но и также с недостаточным материальным вознаграждением, которое предлагают квалифицированным специалистам на сервисных предприятиях. Нередко дипломированные выпускники вуза на стартовых позициях получают меньшее вознаграждение, чем неквалифицированные работники, занятые, например, в доставке заказов и онлайн-сервисах. Профессиональное сообщество сферы гостеприимства (в лице Совета по профессиональным квалификациям сферы гостеприимства) совместно с образовательными организациями различного уровня (вузами, колледжами, профессиональными школами и пр.) уже на протяжении последних десяти лет находится в постоянном поиске актуальных и эффективных мер по сопряжению требований профсообщества и возможностей образовательных организаций. Таким инструментом соответствия может стать отраслевая рамка квалификаций, где соотнесены уровни образования и требования к навыкам и трудовым функциям.

Ключевые слова: *кадровый потенциал предприятия, сферы туризма и гостеприимства, конкурентоспособность предприятия сферы туризма и гостеприимства*



Для цитирования: Семёнова Л.В. Проблемы формирования конкурентоспособных кадров предприятия сферы туризма и гостеприимства // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 25–34. DOI: 10.5281/zenodo.10382264.

Дата поступления в редакцию: 18 октября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

UDC 378.147 EDN: KNIPEE
DOI: 10.5281/zenodo.10382264

Lyudmila V. SEMENOVA

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: lsemenova@mail.ru
ORCID: 0000-0001-6330-0746*

PROBLEMS OF FORMING COMPETITIVE PERSONNEL FOR TOURISM AND HOSPITALITY ENTERPRISES

Abstract. *Dynamically and sharply changing environment forces the enterprises to search the way to be successful through developing not only the material and technical base, but also their employees directly. Thus, enterprises form their competitive human resources potential. This is especially important for service spheres of economy, such as hotel business, restaurant service and tourism industry. This issue is relevant in the light of the latest trends in the labor market: natural ageing of the population, reducing of work capacity due to COVID-19, insufficient earnings motivation for qualified specialists at service enterprises lead to the decline in the working-age population. It is not uncommon for university graduates in entry-level positions to receive lower remuneration than unskilled workers employed, for example, in delivery and online services. The professional community of the hospitality sector (represented by the Council for Professional Qualifications in Hospitality) together with educational organizations at various levels (universities, colleges, vocational schools, etc.) has been searching of relevant and effective measures to match the requirements of the industry and the capabilities of educational organizations for the last ten years. The sectoral qualifications framework, which correlates the education levels and requirements for skills and labour functions, can become such an instrument of compliance.*

Keywords: *human resources potential of the enterprise, tourism and hospitality, competitiveness of tourism and hospitality enterprises*



Citation: Semenova, L. V. (2023). Problems of forming competitive personnel for tourism and hospitality enterprises. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 25–34. doi: 10.5281/zenodo.10382264. (In Russ.).

Article History

Received 18 October 2023
Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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

© 2023 the Author(s)

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



Введение

Вопросам конкурентоспособности предприятия уделяется значительное внимание. Несомненно, в современных условиях одним из значимых элементов выступает кадровый состав предприятия, который характеризуется не только фактическим наличием работников, но и их качественными характеристиками, отвечающими существующим условиям рынка труда. С одной стороны, умения и навыки работников характеризуются как кадровый потенциал, применяемый при выполнении ими профессиональных задач, работ,

трудовых функций и которые призваны повысить эффективность работника в различных сферах производства [1]. С другой стороны, кадровый потенциал – это временно свободные или резервные трудовые единицы, которые определяются для работников предприятия как результат их профессионального совершенствования и обучения [7, с. 107-108].

Анализируя эти подходы, можно рассматривать кадровый потенциал конкурентоспособного предприятия на двух уровнях – оперативном и стратегическом (рис. 1).



Рис. 1 – Уровневая (иерархическая) структура кадрового потенциала конкурентоспособного предприятия

Fig. 1 – The human resources hierarchical structure of a competitive enterprise

Рассматривая стратегический кадровый потенциал, вначале необходимо отметить, что он включает в себя молодых специалистов, способных решать стратегические задачи развития конкурентоспособного производства, отличающихся высоким профессиональным потенциалом, а также ярко выраженные лидерские качества. В структуру стратегического потенциала входят: текущий кадровый потенциал, аккумулирующий персонал предприятия, рассматриваемый в качестве рядового исполнителя трудовых функций и оперативных трудовых действий, и целевой накопительный, предназначенный для решения задач формирования и развития конкурентоспособного производства, его стратегического развития, а также повышения его уровня конкурентоспособности на отраслевых экономических рынках. Элемент

«оперативный кадровый потенциал» определяется способностью, сотрудников конкурентоспособного предприятия к замещению руководящих позиций в периоде от одного до трех месяцев и их способность реализовывать соответствующие функции на высоком профессиональном уровне. Нередко, это сотрудники, которые уже адаптировались на предприятии, прошедшие дополнительную подготовку и одновременно характеризуются высоким уровнем развития как общепрофессиональных и специальных, например, технических компетенций, независимостью в принятии решений и умением их воплощать в реальность, восприимчивостью и способностью к инновациям [1, 4].

Целью нашего исследования является изучение теоретических подходов к вопросу подготовки конкурентоспособных

специалистов сферы гостеприимства и туризма, особенно в рамках современных тенденций, прослеживающихся на рынке труда. Основным источником для написания статьи послужили статистические данные портала Росстат, исследования Национального агентства развития квалификаций, в том числе при разработке стратегии формирования рамки квалификаций.

Методы исследования. В статье использованы концептуальные положения системного подхода, а также методы дедукции, методы логического анализа и синтеза, методы сравнительного анализа, графической интерпретации данных.

Результаты исследования и их обсуждение

Трактуя понятие «воспроизводство кадрового потенциала» можно выявить основные аспекты, формирующие дефиницию:

- условия воспроизводства кадрового потенциала;
- деятельность (процесс) по воспроизводству кадрового потенциала.

Другими словами, воспроизводство кадрового потенциала – это деятельность, связанная с условиями формирования кадров и развития их для повышения конкурентоспособности предприятия или отрасли, учитывая особенности самого работника, его профессиональные навыки и умения [4].

Некоторые исследователи выделяют несколько уровней формирования конкурентоспособного кадрового потенциала.

Базовым уровнем являются работодатели, использующие некоторые методики повышения кадрового потенциала. Следующий уровень – региональный, характеризующийся недостаточной теоретико-методологической проработанностью и почти полным отсутствием практических наработок, что выражается, в том числе, и низкой эффективностью взаимодействия субъектов процесса воспроизводства кадрового потенциала. Третий уровень – федеральный, в настоящее время разработанными методологическими механизмами регулирования долгосрочного развития кадрового потенциала, воплощённый в концепции

и стратегии развития, разработанным как в целом по развитию РФ, так и по отдельным секторам экономики.



Рис. 2 – Уровни формирования конкурентоспособного кадрового потенциала

Fig. 2 – Levels of creation of competitive human resources

На представленной системе можно видеть определённый разрыв между первым и третьим уровнями, и, нередко, первый (базовый) уровень сильно отстаёт от разработанных стратегий и концепций развития, а второй уровень зачастую не способен выступить связующим звеном, который в идеале должен транслировать и конкретизировать общефедеральные целевые ориентиры и показатели на уровень отдельных работодателей и работников.

К сожалению, российский рынок трудовых ресурсов в последнее время характеризуется отрицательным приростом, что негативно отражается на многих отраслях экономики, в том числе и в сфере туризма и гостеприимства. Так, согласно официальным данным, убыль трудоспособного населения ежегодно отмечается во всех возрастных категориях (рис. 3).

Такие же тенденции наблюдаются и в сфере туризма и гостеприимства. Так, согласно последним исследованиям, представленным экспертами сайте hh.ru в период с января по октябрь 2023 г. на сайте было размещено около 600 тыс. вакансий с предложениями работы в сфере туризма, гостинично-ресторанного бизнеса. По сравнению с 2022 г. этот показатель возрос на 40%. Это обусловлено как активным развитием индустрии туризма в гостеприимства

в Российской Федерации, увеличением количества средств размещения, аттрактивных туристических территорий, так и оттоком работников из сферы услуг, обусловленным как естественными факторами

(пенсионный возраст, ухудшение здоровья), так и низким, по сравнению с другими отраслями экономики, уровнем оплаты труда, в т.ч. и для квалифицированных дипломированных специалистов (рис. 4).

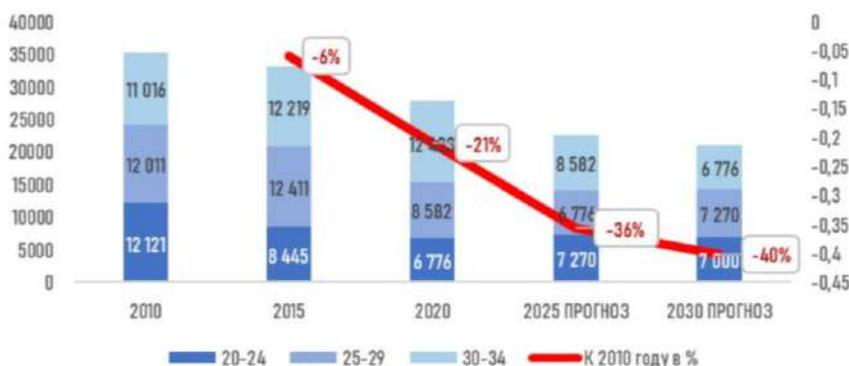


Рис. 3 – Количество и структура населения РФ по возрастным группам (тыс. чел. и % к 2010 г.)¹

Fig. 3 – Number and structure of the population of the Russian Federation by age groups (thousand people and % by 2010.)



Рис. 4 – Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в 2015–2022 г., руб.¹

Fig. 4 – Average monthly nominal accrued wages of employees in 2015–2022, rub.

В этих условиях вызовом для образовательных учреждений сферы туризма и гостеприимства является подготовка успешного, конкурентоспособного выпускника, способного сразу включиться в трудовой процесс. Проблема подготовки таких выпускников уже анализируется на всех уровнях и многими акторами рынка – от министерств, отвечающих за формирование образовательной повестки, до объеди-

нений профессиональных сообществ во главе с Председателем Национального совета при Президенте России по профессиональным квалификациям А.Н. Шохиним². Запросы, формируемые сегодня профессиональным сообществом, заставляют образовательные организации менять принципиальные подходы к процессу обучения с целью сформирования в процессе обучения конкурентоспособного выпускника,

¹Росстат: сайт федеральной службы государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (Дата обращения: 10.10.2023)

способного сразу интегрироваться в производственный процесс на предприятии. Решить эту задачу можно только используя комплексный практикоориентированный подход, который бы охватывал все уровни обучения студента, основанный на исследованиях ведущих учёных в вопросах образования для индустрии гостеприимства [3]. Необходимо отметить, что если смещение образовательного процесса в сторону практикоориентированного обучения на уровне среднего профессионального образования реализуется уже на протяжении длительного времени, то программы высшего образования только частично затронуты, что обуславливается как устоявшимися образовательными программами, требованиями профессиональных сообществ, для которых готовятся специалисты и т.д. По нашему мнению, одними из «горячих» образовательных направлений, являются «контактные», сервисные профессии.

Именно в этих отраслях обязательно необходимо участие работодателя в формировании и планировании образовательной программы, организации проектной деятельности учащихся, разработке и реализации программ практик, формировании планируемых результатов её прохождения, а также в формировании тех выпускных квалификационных работ, значимых для соответствующих отраслей профессиональной деятельности [2, 6].

В настоящее время назрел актуальный вопрос: как построить образовательную модель, чтобы подготовить конкурентоспособного специалиста для сферы гостеприимства и туризма. Прежде всего необходимо сказать, что среди исследователей нет единого подхода к модели образовательного процесса и выпускника индустрии гостеприимства. Так, некоторые авторы утверждают, что университет должен для выпускника сформировать по направ-

лению обучения в сфере гостеприимства только образовательную базу. Другие настаивают на том, что образовательная организация должна сформировать определённое количество профессиональных компетенций, связанных с общими принципами бизнеса [5, 7]. Так как индустрия гостеприимства постоянно трансформируется и развивается, основная задача образовательной организации – адекватный ответ на вызовы времени. По мнению некоторых исследователей, базовая образовательная модель подготовки выпускника индустрии гостеприимства состоит из двух компонентов [13]:

- 1) курсы, в области различных аспектов операционной деятельности гостиничных объектов, таких как фронт-офис, бек-офис, инженерно-техническое обслуживание, индустрия питания и напитков, правовые аспекты деятельности предприятия;
- 2) курсы, связанные с различным аспектам управления (запуск турфирмы или отеля, продажи и управление маркетингом, финансами, человеческими ресурсами, бухгалтерский учёт, информационные системы и пр.).

Представленная модель направлена в основном на формирование технической компетентности будущего выпускника, что для индустрии гостеприимства является большим недостатком в процессе подготовки студентов. Другая модель, которую исследовали авторы, это подход Ченга и Гровса [8], предлагающих модель, базирующуюся на философских различиях между гостеприимством и туризмом, в связи с чем, предлагают три модели обучения. В этой образовательной модели номер очень важен процесс обучения по отношению к содержанию, что выражается в большом количестве институциональных теоретических исследований в ущерб практическим занятиям, которые проводятся в

² Управляя квалификациями – управляем будущим: онлайн-заседание Национального агентства развития квалификаций от 30.06.2020. URL: https://www.youtube.com/watch?v=HlXKyg2o2QA&feature=emb_logo (Дата обращения: 01.10.2023).

форме практик. Результатом этой модели должен стать выпускник, способный решать стратегические проблемы (задачи). Модель акцентируется на вопросах управления бизнесом в индустрии гостеприимства (гостиницы, рестораны и пр.). Этот подход связан с профессиональной подготовкой и, как правило, с большим объёмом практического обучения. Третья модель делает упор на исследовании экономического развития территории с учётом социальных, культурных и экологических факторов, т.е. исследуется инфраструктура индустрии [10].

На наш взгляд, самая интересная модель – гибридная модель образования в сфере туризма и гостиничного бизнеса исследователя Ритчи (Ritchie), которая включает в себя три элемента: школу отельного бизнеса (hotelschool), общую образовательную программу с фокусом на туристическую индустрию (LAPTF) и школу управления туризмом (GMTF) [12].

Школа отельного бизнеса (hotelschool) традиционно направлена на профессиональную подготовку в сфере управления в гостиничных и курортных комплексах и состоит из двух больших образовательных блоков:

- первый – курсы, связанные с различными аспектами экономики, социологии и географии в гостиничном бизнесе и читается профессорами;
- второй – дисциплины, связанные со сферой эксплуатации и управления гостиницей или курортной недвижимостью, которые преподаются в основном ведущими практиками отрасли.

Второй элемент гибридной модели – Школа управления туризмом (GMTF) (далее – Программа) – призвана расширить образовательный опыт студентов, обеспечивая при этом отраслевую профориентацию. Ядром этой Программы являются многопрофильные специальности (majors) включающие дисциплины из области гуманитарных наук, языков и математики. Программа позволяет студентам проходить курсы, связанные с туристической индустрией гостеприимства,

нередко включают в себя практические курсы как составную часть обучения и как правило базируются (расположены) в школах бизнеса и других научных подразделениях.

Последний элемент гибридной системы – LAPTF-программы, включающие в себя широкий ассортимент образовательных элементов, в том числе и многопрофильные Majors аналогичны ранее упомянутой категории, но отличающиеся гораздо более глубокой ориентацией на отраслевую специфику: преобладают курсы, связанные с управлением в гостиничном бизнесе, бóльший упор делается на языковую подготовку, планирование деятельности предприятий индустрии гостеприимства с учётом экологических проблем. Однако, этот элемент, в отличие от предыдущих критикуется за большую теоретичность предлагаемых курсов и широкий аспект рассматриваемых вопросов в области социальных аспектов туризма и его воздействия на территорию. Авторы концепции не согласны с такой критикой, аргументируя тем, что в рамках этого элемента студентам предлагается высокая степень гибкости в выборе курсов, представляющих для них интерес, но не связанных напрямую с туризмом. Данная гибридная модель предполагает пятилетний срок обучения, в состав которого входит двадцать четыре месяца практической работы студентов в качестве неотъемлемой составной части программы. Гибридная модель фокусируется также на формировании тесных отношений с туристическими организациями в государственных и частных секторах. Описанная выше гибридная модель подготовки кадров для индустрии гостеприимства была недавно реализована в учреждениях, в Австралии, Великобритании и Канаде и её выпускники очень высоко ценятся в профессиональном сообществе [9, 12].

Выводы и рекомендации

Проанализировав опыт ведущих школ подготовки сотрудников отельного менеджмента, запросы отрасли и образо-

вательные программы высшего образования авторы отметили, что в вопросе формирования конкурентоспособного сотрудника для индустрии гостеприимства выявляется значительный разрыв между ожидаемым и реальным уровнем подготовки выпускника. Минимизировать этот разрыв может соотношение требований профессионального сообщества, образовательных траекторий (маршрутов), предлагаемых образовательными организациями и заключёнными в общую рамку квалификаций.

Анализируя представленный выше опыт, мы предприняли попытку соотнести минимальный уровень образования для соответствующей трудовой функции и требований отраслевой квалификационной рамки.

Первый уровень характеризуется наличием только общих (базовых) знаний и может объясняться неполным средним образованием.

На втором уровне уже должны демонстрироваться знания базовых фактов в области своей трудовой функции и характерно для полного среднего образования.

Третий уровень предполагает демонстрацию знаний принципов и трудовых процессов в выбранной сфере деятельности, что формируется на уровне полного среднего образования и подкрепляется курсами повышения квалификации; может формироваться на новом уровне образования «профессионалитете».

На четвёртом уровне работник должен демонстрировать обширные практические и теоретические познания в сфере трудовой деятельности, для чего необходимо получение среднего профессионального образования.

Пятый уровень обуславливает наличие специализированных разносторонних знаний в профессиональной деятельности, что предполагает средний профессиональный уровень образования и получение микроквалификации (прохождение курсов повышения квалификации).

Шестой уровень уже предъявляет повышенные требования как к уровню образования (бакалавриат) так и к знаниям и

навыкам (они должны быть актуальными, передовыми).

На седьмом уровне предполагается освоение образовательной программы уровня магистратуры, подкреплённой микроквалификациями, микростепенями (курсы ПК, ДПО), что обуславливается требованиями к уровню образования, знаниями актуальным трендов и критическим мышлением; соискатель должен продемонстрировать оригинальные идеи, навыки исследовательской работы не только в области трудовой деятельности, но и в смежных областях.

Самый высокий, **восьмой уровень**, предполагает профильную магистратуру, бизнес-образование, позволяющее продемонстрировать самые передовые знания в области трудовой деятельности и смежных областях.

Этот комплексный подход поможет сформировать инновационную образовательную программу, которая позволит нивелировать разрыв между уровнем подготовки выпускника и запросами профсообщества и создать конкурентоспособный человеческий потенциал организации сферы туризма и гостеприимства.

Заключение

В заключение отметим, что трансформации как глобального стратегического характера, так внутриотраслевого, требуют от образовательных учреждений гибкого реагирования и построения траектории опережающего образовательного маршрута, способного скорректироваться в процессе образовательной траектории. В процессе их разработки необходимыми участниками должны стать как сами обучающиеся, так и представители профессионального сообщества. Причём последние могут активно привлекаться как к преподавательской деятельности, так и к оцениванию качества подготовки выпускников в форме независимой оценки квалификации, демонстрационных экзаменов и пр. Эти меры могут минимизировать разрыв между профессиональным образованием и запросами бизнес-сообщества.

Список источников

1. Берглезова Т. В. Понятие кадрового потенциала и его влияние на эффективность деятельности промышленного предприятия // Проблемы предпринимательства в экономике России. 2005. Вып.8. // URL: <https://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn08/07.shtml> (Дата обращения: 14.10.2023).
2. Дусенко С.В., Беломестнова М.Е. Инновационные направления в системе подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства: отечественный опыт и европейская практика: Монография. М.: Русайнс, 2022. 150 с.
3. Духанина Л.Н., Семенова Л.В., Ушанов Ю.В. Независимая оценка профессиональной квалификации: новые вызовы реальности: Монография. М., 2020. 130 с.
4. Кондратенко Е.С. Воспроизводство кадрового потенциала в отраслях, непосредственно воздействующих на формирование работника: Дис. ... канд. экон. наук. М., 2012. 193 с.
5. Профессиональное образование: методология, технологии, опыт внедрения: Монография / Е.Н. Трофимов, В.А. Жидких, Н.Н. Лагусева и др.; под ред. Н.Н. Лагусевой. М.: Университетская книга, 2022. 234 с.
6. Семёнова Л.В. Развитие практикоориентированного обучения: исследование индустрии гостеприимства // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2020. Т.6. №2. С. 78-86. DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-7.
7. Цветкова И.И., Сиволап А.В. Кадровый потенциал как элемент образовательного потенциала предприятия // Экономика и управление. 2007. №6. С. 106-110.
8. Chung K.Y. Hotel management curriculum reform based on required competencies of hotel employees and career success in hotel industry // Department of Hotel and Tourism Management. 1999. Pp. 473-487.
9. European Centre for the Development of Vocational Training. European Training Foundation, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, and UNESCO Institute for Lifelong Learning, 2019.
10. Global inventory of regional and national qualifications frameworks (2019). Vol.1: Thematic chapters: Ensuring the quality of certification in vocational education and training. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
11. Font X., Buckley R. Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management. Australia: CABI, 2015. 359 p.
12. Ritchie J.R.B. Design and development of tourism: Hospitality management curriculum // Tourism Recreation Research. 1995. Vol.20. Iss.2. Pp. 7-13.
13. Zaitseva N.A., Larionova A.A., Yumatov K.V. et al. The role of human resource capacity to ensure the competitiveness of the cross-border cooperation projects in the tourism and hospitality industry // International electronic journal of mathematics education. 2016. Vol.11. Iss.7. Pp. 1961-1970.

References

1. Berglezova, T. V. (2005). Ponyatie kadrovogo potentsiala i ego vliyanie na effektivnost' deyatel'nosti promyshlennogo predpriyatiya [The concept of human resource potential and its impact on the efficiency of industrial enterprise]. *Problemy predprinimatel'stva v ekonomike Rossii [Problems of entrepreneurship in the Russian economy]*, 8. URL: <https://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn08/07.shtml> (Accessed on October 14, 2023). (In Russ.).
2. Dusenko, S. V., & Belomestnova, M. E. (2022). *Innovacionnyye napravleniya v si-steme podgotovki kadrov dlya industrii turizma i gostepriimstva: otechestvennyy opyt i evropejskaya praktika [Innovative directions in the personnel training system for the tourism and hospitality industry: domestic experience and European practice]*: A monograph. Moscow: RuScience. (In Russ.).
3. Duhaniina, L. N., Semenova, L. V., & Ushanov, Yu. V. (2020). *Nezavisimaya ocenka professional'noj kvalifikacii: novye vyzovy real'nosti [Independent assessment of professional qualification: New challenges of reality]*: A monograph. Moscow. (In Russ.).

4. Kondratenko, E. S. (2012). *Vosproizvodstvo kadrovogo potenciala v otraslyah, neposredstvenno vozdeystvuyushchikh na formirovanie rabotnika [Reproduction of human resources potential in the industries directly affecting the formation of the worker]*: Candidate of Engineering thesis. Moscow. (In Russ.).
5. Trofimov, E. N., Zhidkikh, V. A., Laguseva, N. N., & at al. (2022). *Professional'noe obrazovanie: metodologiya, tekhnologii, opytvnedreniya [Professional education: Methodology, technology, implementation experience]*: A monograph. Moscow: University Book. (In Russ.).
6. Semenova, L. V. (2020). Razvitie praktikoorientirovannogo obucheniya: issledovanie industrii gostepriimstva [Development of practice-oriented training: Research into the hospitality industry]. *Nauchnyj rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa [Scientific result. Business and service technologies]*, 6(2), 78-86. doi: 10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-7. (In Russ.).
7. Tsvetkova, I. I., & Sivolap, A. V. (2007). Kadrovyy potencial kak element obrazovatel'nogo potenciala predpriyatiya [Personnel potential as an element of educational potential of an enterprise]. *Ekonomika i upravlenie [Economics and Management]*, 6, 106-110. (In Russ.).
8. Chung, K. Y. (1999). Hotel management curriculum reform based on required competencies of hotel employees and career success in hotel industry. *Department of Hotel and Tourism Management*, 473-487.
9. *European Centre for the Development of Vocational Training*. (2019). European Training Foundation, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, and UNESCO Institute for Lifelong Learning.
10. *Global inventory of regional and national qualifications frameworks*. (2019). Vol. 1: Thematic chapters: Ensuring the quality of certification in vocational education and training. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
11. Font, X., & Buckley, R. (2015). *Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*. Australia: CABI.
12. Ritchie, J. R. B. (1995). Design and development of tourism: Hospitality management curriculum. *Tourism Recreation Research*, 20(20), 7-13.
13. Zaitseva, N. A., Larionova, A. A., Yumatov, K. V., & et al. (2016). The role of human resource capacity to ensure the competitiveness of the cross-border cooperation projects in the tourism and hospitality industry. *International electronic journal of mathematics education*, 11(7), 1961-1970.

УДК 372.8 EDN: LFMHOR
DOI: 10.5281/zenodo.10382565

СТАНЧЕНКО Лариса Юрьевна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
кандидат географических наук; e-mail: LStanchenko@kantiana.ru*

ВИТКО Наталья Владимировна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
старший преподаватель; e-mail: NVitko@kantiana.ru*

САВОСТИНА Ольга Александровна

*АНО «Центр содействия раннему развитию карьеры в сфере экологии,
краеведения и туризма «ГеоГуру» (Калининград, РФ)
генеральный директор; e-mail: golovina_olga@mail.ru*

РОЛЬ ПРЕДПРОФИЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ ПО ГЕОГРАФИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ САМООПРЕДЕЛЕНИИ УЧАЩИХСЯ (НА ПРИМЕРЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

География как актуальная учебная дисциплина может эффективно решать проблемы профильной подготовки обучающихся. Для этого необходимо, чтобы каждый школьник и студент стал субъектом деятельности, участвующим в формировании траектории своего личностного развития, индивидуального образования и правильном выборе будущей профессиональной карьеры. В статье обосновывается, что наиболее эффективным и доступным форматом профессиональной ориентации в сфере географии является групповая форма научно-популярного лекторшума «Географическая школа». Профориентационная работа специалистов Географической школы рассматривается как приоритетное направление деятельности по привлечению школьников (будущих абитуриентов) к поступлению на специальности географического и естественно-научного профиля. В постоянно меняющихся условиях современного образовательного процесса, с учётом ежегодных изменений правил приёма в высшие учебные заведения потенциальные абитуриенты должны чётко и грамотно ориентироваться в направлении подготовки как высшего, так и среднего профессионального образования, уже с ранних лет у них должно формироваться представление о выбираемой им специальности. Деятельность специалистов Географической школы направлена на активное содействие и формирование раннего профильного и предпрофильного самоопределения обучающихся средних и средних профессиональных образовательных организаций, на повышение степени успешности их будущей профессиональной деятельности. Результаты проведённого анализа свидетельствуют о больших возможностях дополнительного географического образования, его роли в профессиональном самоопределении обучающихся, которое определяется с учётом современного географического подхода и использования потенциала внеклассных (элективных) курсов, творческого подхода к учебному процессу.

Ключевые слова: географическая наука, профориентация, Географическая школа, профессиональное самоопределение, профессия



Для цитирования: Станченко Л.Ю., Витко Н.В., Савостина О.А. Роль предпрофильной подготовки по географии в профессиональном самоопределении учащихся (на примере Калининградской области) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 35–42. DOI: 10.5281/zenodo.10382565.

Дата поступления в редакцию: 18 октября 2023 г.
Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

Larisa Yu. STANCHENKO

Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
PhD in Geography; e-mail: LStanchenko@kantiana.ru

Natalya V. VITKO

Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
Senior Lecturer; e-mail: NVitko@kantiana.ru

Olga A. SAVOSTINA

Center for the promotion of early career development in the field of ecology,
local history and tourism "GeoGuru" (Kaliningrad, Russia)
CEO; e-mail: golovina_olga@mail.ru

PRE-PROFESSIONAL GEOGRAPHY TRAINING IN THE PROFESSIONAL SELF-DETERMINATION OF STUDENTS (THE CASE OF THE KALININGRAD REGION)

Abstract. Geography as a school subject is able to effectively solve the problems of pre-professional training of students. To do this, it is necessary for the student to become a subject of activity involved in building his or her own individual educational trajectory and choosing a future professional career. The article substantiates that the group form of a popular science lectures "Geographical School" is the most effective and accessible format of professional orientation in the field of geography. The career guidance work of specialists of the Geographical School is considered as a priority area of activity to attract schoolchildren (future applicants) to specialties of geographical and natural science profile. In the constantly changing conditions of the modern educational process, considering the annual changes in the rules of admission to higher educational institutions, potential applicants should clearly and competently navigate in the areas of training for both higher and secondary vocational education; from an early age they should get an idea of the specialty they choose. The activity of specialists of the Geographical School is aimed at actively promoting and forming early profile and pre-profile self-determination of students of secondary and secondary vocational educational institutions, to increase the degree of success of their future professional activities. The results of the analysis indicate that there are great opportunities for additional geographical education in the professional self-determination of schoolchildren, expressed in a practice-oriented, geography-based use of the potential of extracurricular activities, a creative approach to the learning process.

Keywords: geographical science, career guidance, Geographical school, professional self-determination, profession



Citation: Stanchenko, L. Yu., Vitko, N. V., & Savostina, O. A. (2023). Pre-professional geography training in the professional self-determination of students (the case of the Kaliningrad region). *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 35–42. doi: 10.5281/zenodo.10382565. (In Russ.).

Article History

Received 18 October 2023
Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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

© 2023 the Author(s)

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



Введение

Ключевым моментом успешного профессионального развития студентов и школьников выступает их профессиональное самоопределение, поэтому, работа в области профессиональной ориентацией играет в этом большую роль. Профессиональная ориентация как научно обоснованная система деятельности по содержанию и целям включает в себя несколько различных форм: профессиональное просвещение (пропаганда, продвижение), профессиональное консультирование, профессиональный отбор, профессиональное тестирование и отбор, и, в дополнение к этим хорошо известным формам профессиональной ориентации, целесообразно использовать и другие виды взаимодействия, такие как [2, 6]:

- индивидуальные формы профработы (с конкретным фигурантом), такие как собеседование, индивидуальная диагностика с целью построения индивидуальной траектории;
- групповые формы (количество участников от 2-х человек), такие как урок, игра, беседа, мастер-классы, квесты и квизы;
- общественные формы профработы (работа с большим количеством участников), такие как муниципальные и региональные профориентационные информационные мероприятия, образовательные фестивали и ярмарки учебных мест.

В условиях современности, в постоянно меняющемся образовательном пространстве, крайне остро стоит проблема профессионального самоопределения молодёжи.

Довольно часто это является основной причиной многих социально негативных явлений, таких как безработица или нехватка трудовых ресурсов в отдельных секторах экономики страны либо в каком-то конкретном регионе.

Адаптация к условиям рыночной экономики требует, чтобы молодые люди заранее планировали развитие профессио-

нальной карьеры, а также могли прогнозировать своё профессиональное будущее в постоянно меняющейся реальности развития экономики и общества. В современных условиях такая чётко спланированная траектория профессионального самоопределения становится важнейшим условием его эффективности. Просветительская, пропагандистская, и, вследствие этого, возникающая дополнительная образовательная деятельность (внеклассное, элективное образование) становится очень важным дополнением к профессиональному самоопределению учащихся [1, 4, 10].

В связи с этим интеграция школьной системы образования и системы дополнительного образования может обеспечить «социальный заказ» общества для подготовки будущих профессионалов, сфера деятельности которых связана с различными отраслями профессиональной деятельности, включая географические и естественнонаучные направления. Количество студентов, обучающихся по географическим специальностям в большинстве вузов уже давно имеет тенденцию к снижению. Особенно тревожным становится данное обстоятельство, с учётом того, что школы испытывают серьёзную нехватку учителей географии. Пандемия также внесла новые коррективы: «возрастные» учителя оставили работу в школах. Одна проблема влечёт за собой другую: интерес абитуриентов к географии явно снизился. Они не выбирают географические профессии, не смотря на то, и спрос на них сегодня намного выше, чем несколько лет назад. Особенно остро нуждаются в притоке «свежих» кадров отдельные сектора экономики, такие как горное дело и землеустройство, которые, на сегодняшний день, не до конца обеспечены профессионально подготовленным персоналом в области геодезии, геоинформатики, картографии и т.д. [1, 8, 9, 11].

Появляются и новые области применения географических знаний: географически ориентированные управленцы (например, в области территориального и ландшафтного планирования и т.п.), разработ-

чики региональных социально-экономических программ, эксперты по организации систем географического образования с учётом потребностей конкретного региона и т.д.

Методологической основой для исследования являются положения и принципы педагогической теории и методики географической науки, обосновывающими объективность, научность, целостность процесса обучения географии при профильной подготовке школьников.

Результаты исследования

Начиная с 2013 года началось стабильное снижение сдающих ЕГЭ по географии в Калининградской области (рис. 1). Для улучшения ситуации в 2015 году руководством института природопользования,

пространственного развития и градостроительства БФУ им. И. Канта было принято решение организовать Географическую школу Калининградского отделения Русского географического общества (далее Геошколы) – формат научно-популярного лекториума для школьников г. Калининграда и области, который проработал до 2020 года и закрылся в связи с эпидемиологической ситуацией по COVID. На графике можно увидеть кратковременное увеличение количества абитуриентов, сдающих единый экзамен по географии, но после закрытия Геошколы, а затем и набора на направление «География» в БФУ (в 2021 и 2022 г. набора не было), показатели упали ещё сильнее.



Рис. 1 – Количество школьников, сдавших ЕГЭ по географии за 2012–2023 гг. в Калининградской области¹

Fig. 1 – Number of schoolchildren who passed the Unified State Examination in Geography for 2012–2023 in the Kaliningrad region

Цель работы Геошколы – обеспечение подготовки абитуриентов к ЕГЭ по географии, направленное на углубленное изучение географии учащимися, выявление их исследовательских возможностей, экологическое и патриотическое воспитание, пропаганду университетского географического образования, а также поступление в высшие учебные заведения.

Основные цели:

- проведение просветительской работы и пропаганда географической науки среди школьников;
- заблаговременная подготовка учащихся

школ к обучению в вузах,

- выявление и продвижение одарённых детей;
- развитие непрерывного образования по системе «школа-вуз»;
- профориентационное сопровождение старшеклассников;
- постепенная адаптация будущих студентов к вузовской «среде» и др.

Основные формы проведения занятий: лекционные, практические и лабораторные (проводятся на базе учебной лаборатории почвоведения, агрохимии и гидрохимии института ПТРИГ Балтийского феде-

¹ Сост. на осн.: Дуюнова Н.Н. Статистика результатов государственной итоговой аттестации по программам среднего общего образования в форме единого государственного экзамена в Калининградской области. Калининград, 2015. URL: <http://edu.sovetsk39.ru/dokumenty/EGE/EGE-2015.pdf> (Дата обращения: 12.10.2023).

рального университета им. И. Канта, в т.ч. с использованием оборудования, закупленного по комплексным и локальным проектам университета).

Партнёрами географической школы за это время выступили: ФГБУК «Музей Мирового океана»; Государственное автономное учреждение Калининградской области дополнительного профессионального образования «Институт развития образования»; ФГБУ науки Институт океанологии им. П.П. Ширшова Российской академии наук; ФГБУ «Национальный парк «Куршская коса»; МАУК «Зоопарк»; ФГБОУ ВО "Калининградский государственный технический университет"; Администрация Гурьевского муниципального округа, Управление по культуре, туризму и спорту; Туристическая фирма ООО «КЭТ-трэвел»; АНООВО «Калининградский институт управления»; Молодёжный клуб Калининградского отделения Русского Географического общества; Виштынецкий эколого-исторический музей в Краснолесье, Нестеровского района Калининградской области; АНО «Балтийская ассоциация промышленного туризма» и многие другие.

В 2023 г. Геошкола возобновила свою работу, стала официальной структурой в Балтийском федеральном университете в Высшей школе пространственного развития и гостеприимства (Решение Учёного Совета Образовательно-научного кластера «Институт управления и территориального развития» от 29 сентября 2023 г.).

К основными задачами школы относятся не только распространение географических знаний и подготовка абитуриентов в вуз, но и заполнение пробелов в географическом образовании, полученном в средней школе, расширение кругозора учащихся в области географии, но и расширение профессионального представления учащихся и знакомства их практическими основами профессиями, создание экологичного и ответственного образовательного поколения, творческих личностей, способных успешно реализовать себя в современном динамично меняющемся мире.

С целью повышения заинтересованности детей в процессе обучения в географической школе намечены практические выездные занятия, работы на природе (если не на природе, то на улице), участие в научных конференциях, конкурсах, выставках, социально-ориентированных проектах, экологических акциях и т.п.

Научное сопровождение (консультации, руководство) исследовательских проектов учащихся Геошколы позволило добиться хороших результатов (данные за 2015–2017 гг.):

- 1) 2 место на традиционном ежегодном фестивале науки (Музей Мирового океана) (науч. консультанты – доцент БФУ им. И. Канта Салихова Е.В., заведующая лабораторией почвоведения, гидрохимии и агрохимии Савостина О.А.);
- 2) Призовое место (1-е место в номинации «Региональные исследования») в ежегодном научном мероприятии Музея Мирового океана «Дни науки-2017»;
- 3) 1-е место в конкурсе научно-исследовательских работ «Поиск и творчество» (науч. консультанты – доцент БФУ им. И. Канта Салихова Е.В., заведующая лабораторией почвоведения, гидрохимии и агрохимии Савостина О.А.);
- 4) Всероссийский конкурс научных работ им. Д.И. Менделеева с участием школьников географической школы КО РГО:
 - 2-е место (науч. консультанты – доцент БФУ им. И. Канта Салихова Е.В., заведующая лабораторией почвоведения, гидрохимии и агрохимии Савостина О.А.);
 - 3-е место (научные руководители учитель географии МАОУ СОШ №6 г. Калининграда Л.В. Амвросьева, старший методист Калининградского областного детско-юношеского центра экологии, краеведения и туризма С.М. Гуцол).

Учащиеся 11-х классов, закончившие Геошколу, успешно сдавали ЕГЭ и поступали в Балтийский федеральный университет им. И. Канта на направления «Геогра-

фия», «Экология и природопользование», а также в другие вузы г. Калининграда и России.

Набор в школу производится с участием отдела развития управления общего образования комитета по образованию г. Калининграда и Ассоциации образовательных учреждений г. Калининграда – организации делают рассылку в школьные администрации.

Ведущими специалистами Географической школы непосредственно с 2016 года и по настоящее время осуществляется сотрудничество с образовательными организациями - средними школами г. Калининграда и Калининградской области, а именно, МАОУ Зеленоградская СОШ, МАОУ СОШ №6 с УИОП (г. Калининград) и МАОУ СОШ № 25 с УИОП (г. Калининград) на базе которых ежегодно в рамках всероссийского профориентационного проекта «Билет в будущее», который создан для ранней профессиональной ориентации учеников 6–11 классов и входит в федеральный проект «Успех каждого ребёнка» нацпроекта «Образование» проводятся предпрофессиональные элективные курсы «Мой старт в будущую профессию»: «Экскурсовод-краевед» и «Юный геоэколог»

За истекший период по указанным направлениям прошли обучение порядка двухсот обучающихся 7-11 классов вышеуказанных школ.

В результате этого, постоянно и непрерывно решаются следующие задачи:

- расширение кругозора учащихся в различных прикладных аспектах географической науки и развитие представлений, умений и навыков в области естественно-научных дисциплин: геоэкологии, географии и туризма;
- развитие гуманистического отношения к объектам живой природы;
- формирование и развитие любви к родному краю, малой родине;
- ранняя предпрофильная подготовка и профессиональная ориентация обучающихся;
- формирование и развитие первоначальных компетенции в области

географии, геоэкологии и туризма;

- развитие коммуникативных навыков и приёмов».

Задачи по профессиональному самоопределению школьников решаются также в рамках профпрограммы «Найди свой путь», в ходе которой для обучающихся школ проводятся просветительские профессионально-познавательные сеансы, профессиональные пробы, мастер-классы и «погружения в профессию».

Обучение в рамках указанных проектов имеет успешную тенденцию, о чем свидетельствует рост количества образовательных организаций, приглашающих специалистов Географической школы, реализующих проектные мероприятия. Так, в текущем году обучение на курсах по экскурсоведению и краеведению проходят также ученики 10-х классов МАОУ СОШ №57 г. Калининграда

Как видим, в течение ряда лет специалисты Географической школы вносят значительный вклад в реализацию основных уставных целей Русского географического общества, постоянно проводят просветительскую научно-популярную и профориентационную работу среди школьников Калининградской области.

С 2017 г. похожий формат дополнительного профориентационного образования работает в Федеральном государственном бюджетном учреждении культуры «Музей-заповедник «Музей Мирового океана». Здесь реализуется научно-просветительская программа «ОКЕАНИЯ: школа под парусами». Участники смогут расширить свои знания об океанологии, морских ресурсах, освоить базовые методы научно-исследовательской работы, узнать об актуальных вопросах охраны окружающей среды. Партнёрами выступают Институт океанологии имени П. П. Ширшова и Атлантический филиал, а также приглашённые учёные и лекторы. Программа рассчитана на учащихся средней и старшей школы (13–18 лет), количество человек в группе – от 15 до 20. Формы проведения – лекции, музейные занятия и экскурсии, в том числе на

профильные предприятия, встречи с их специалистами, выездные практические занятия, полевая практика. Занятия проходят 2–3 раза в месяц. В конце курса слушатели получают сертификат.

Деятельность Геошколы и школы «ОКЕАНИЯ» неоднократно освещалась в СМИ и статьях [3, 7], Географическая школа РГО также попала в тематический словарь-справочник вместе с легендарной Школой ЮНГ (Школа Юного географа) Московского государственного университета, которая

работает с 1948 г.

В настоящее время растёт заинтересованность в подготовке высококвалифицированных кадров в области географических наук, привлечение их к работе на длительное время, профессиональном развитии и мотивации их труда. Хочется верить, что высокое качество подготовки в упомянутых лекториях, пул блестящих преподавателей, учёных, экспертов помогут нашей молодёжи полюбить географию и сделать правильный выбор своей профессии.

Список источников

1. Беркин Н., Ивенина В., Монжиевская В. О проблемах географического образования // Высшее образование в России. 2006. №6. С. 160-162.
2. Болдина М.А., Деева Е.В. Понятие и сущность профориентационной работы в образовательном учреждении // Социально-экономические явления и процессы. 2012. №12. С. 1-9.
3. География детства: междисциплинарный синтез исследовательских подходов и практик. Тематический словарь-справочник / Под ред. А.Г. Филиповой. СПб.: Астерион, 2020. 161 с.
4. Данилова И.В., Рубин Г.Ш., Корнещук Н.Г., Сапрыкина Ю.В. Экономико-организационные проблемы образования в сельской местности: источники и механизм решения // Вестник ЮУрГУ. Сер.: Экономика и менеджмент. 2008. №20(120). С. 67-74.
5. Санина С.П. Роль проблемно-задачной технологии в развитии компетенций обучающихся (на примере учебного предмета географии) // Современное образование. 2017. №3. С. 28-35. DOI: 10.25136/2409-8736.2017.3.23658.
6. Филипова А.Г., Зубова О.Г., Бухтиярова И.Н. От географии для детей к географии детства: кейс Калининградской области // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2021. №4(59). С. 87-98.
7. Шимлина (Рябцева) И.В. Анализ возможностей географического образования в профессиональном самоопределении учащихся современной школы // Наука и школа. 2017. №2. С. 76-82.
8. Швачунова Л.М., Рылова Н.Т. Современные форматы профориентации обучающихся в условиях взаимодействия образовательных организаций разных типов // Образование. Карьера. Общество. 2021. №1(68). С. 30-31.
9. Kidman G. School geography: what interests students, what interests teacher? // International Research in Geographical and Environmental Education. 2018. Vol.27. №4. Pp. 311-325. DOI: 10.1080/10382046.2017.1349374.
10. Kocalar A.O., Demirkaya H. Geography Teachers' Views on Effective Geography Teaching // Review of International Geographical Education Online (RIGEO). 2017. Vol.7. №3. Pp. 332-346.

References

1. Berkin, N., Ivenina, V., & Monzhievskaya, V. (2006). O problemah geograficheskogo obrazovaniya [On the problems of geographical education]. *Vysshee obrazovanie v Rossii [Higher education in Russia]*, 6, 160-162. (In Russ.).
2. Boldina, M. A., & Deeva, E. V. (2012). Ponyatie i sushchnost' proforientacionnoj raboty v obrazovatel'nom uchrezhdenii [The concept and essence of career guidance work in an educational institution]. *Social'no-ekonomicheskie yavleniya i process [Socio-economic phenomena and processes]*, 12, 1-9. (In Russ.).

3. Filipova, A. G., Rakitina, N. E., Kuz'mina, V. L., & at. al. (Eds.). (2020). *Geografiya detstva: mezhdisciplinarnyj sintez issledovatel'skih podhodov i praktik [Geography of childhood: interdisciplinary synthesis of research approaches and practices]: Thematic dictionary-reference book*. St. Petersburg: Asterion. (In Russ.).
4. Danilova, I. V., Rubin, G. Sh., Korneshchuk, N. G., & Saprykina, Yu. V. (2008). Ekonomiko-organizacionnye problemy obrazovaniya v sel'skoj mestnosti: istochniki i mekhanizm resheniya [Economic and organizational problems of education in the countryside: sources and ways of solution]. *Vestnik YuUrGU. Seriya: Ekonomika i menedzhment [Bulletin of South Ural State University. Series: Economics and management]*, 20(120), 67-74. (In Russ.).
5. Sanina, S. P. (2017). Rol' problemno zadachnoj tekhnologii v razvitii kompetencij obuchayushchihsya (na primere uchebnogo predmeta geografii) [The role of problem-solving technology in the development of students' competences (On the example of geography course)]. *Sovremennoe obrazovanie [Modern Education]*, 3, 28-35. doi: 10.25136/2409-8736.2017.3.23658. (In Russ.).
6. Filipova, A. G., Zubova, O. G., & Bukhtiyarova, I. N. (2021). Ot geografii dlya detej k geografii detstva: kejs Kaliningradskoj oblasti [From geography for children to the geography of childhood: Case study of the Kaliningrad region]. *Ojkumena. Regionovedcheskie issledovaniya [Ojkumena. Regional Researches]*, 4(59), 87-98. (In Russ.).
7. Shimlina (Ryabtseva), I. V. (2017). Analiz vozmozhnostej geograficheskogo obrazovaniya v professional'nom samoopredelenii uchashchihsya sovremennoj shkoly [The analysis of possibilities of geographical education in professional self-determination of students of modern school]. *Nauka i shkola [Science and school]*, 2, 76-82. (In Russ.).
8. Shvachunova, L. M., & Rylova, N. T. (2021). Sovremennye formaty proforientacii obuchayushchihsya v usloviyah vzaimodejstviya obrazovatel'nyh organizacij raznyh tipov [Modern formats of career guidance for students in the context of interaction between educational organizations of different types]. *Obrazovanie. Kar'era. Obshchestvo [Education. Career. Society]*, 1(68), 30-31. (In Russ.).
9. Kidman, G. (2018). School geography: what interests students, what interests teacher? *International Research in Geographical and Environmental Education*, 27(4), 311-325. doi: 10.1080/10382046.2017.1349374.
10. Kocalar, A. O., & Demirkaya, H. (2017). Geography Teachers' Views on Effective Geography Teaching. *Review of International Geographical Education Online (RIGEO)*, 7(3), 332-346.

ГУО Линджинг

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
аспирант; e-mail: guolj638@gmail.com*

ЗОНИН Никита Андреевич

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: nzonin@mail.ru*

ЛУКЬЯНОВА Наталия Юрьевна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
кандидат экономических наук, доцент; e-mail: NLukyaynova@kantiana.ru*

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СТАРЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ (НА ПРИМЕРЕ РОССИИ)

В статье исследуется возможность использования модифицированной модели Солоу для оценки влияния демографических процессов на рост экономики в России в течение следующих 10 лет. Авторы предлагают адаптированный подход для прогнозирования влияния старения населения и сформулировали гипотезу о существовании статистически значимой связи между показателями, характеризующими неработоспособное население и экономику России. Для проверки гипотезы используются данные официальной статистики по субъектам РФ. В результате анализа с использованием эконометрического пакета Gretl установлено наличие статистически значимой обратной линейной зависимости между ВРП и коэффициентами демографической нагрузки для нетрудоспособного населения. Далее в статье предлагается исследование возможного влияния старения населения на экономический рост в России в ближайшие годы, используя прогнозные данные Роскомстата по демографии. Для этого был рассчитан прогнозный динамический коэффициент старения (ДКС) для 2023–2036 гг. с использованием формулы, предложенной авторами в предыдущей публикации. Были рассмотрены три варианта развития событий и составлен прогноз влияния старения населения на необходимые инвестиции, что в свою очередь влияет на экономический рост. Для построения графиков использовались методики, предложенные в статье "Старение населения и объем необходимых инвестиций (на примере России)". В качестве примера для прогноза был взят 2023 год.

Ключевые слова: старение населения, прогнозирование, капиталовооружённость, модель Солоу, инвестиции, демографический переход, экономический рост



Для цитирования: Гуо Л., Зонин Н.А., Лукьянова Н.Ю. Прогнозирование влияния старения населения на экономические показатели (на примере России) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 43–51. DOI: 10.5281/zenodo.10385652.

Дата поступления в редакцию: 18 октября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

Lingjing GUO

Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
Graduate Student; e-mail: guolj638@gmail.com

Nikita A. ZONIN

Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: nzonin@mail.ru

Natalia Yu. LUKYANOVA

Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
PhD in Economics, Associate Professor; e-mail: NLukyanova@kantiana.ru

FORECASTING THE IMPACT OF POPULATION AGING ON ECONOMIC INDICATORS (THE CASE OF RUSSIA)

Annotation. The article explores the possibility of using a modified Solow model to assess the impact of demographic processes on economic growth in Russia over the next 10 years. The authors propose an adapted approach to predict the impact of population aging and formulate a hypothesis about the existence of a statistically significant relationship between indicators characterizing the non-working population and the Russian economy. To test the hypothesis, data from official statistics on the subjects of the Russian Federation are used. The analysis of using the Gretl econometric package shows the presence of a statistically significant inverse linear relationship between the GRP and the coefficients of the demographic dependency ratios for the retired people. Further, the article studies the possible impact of population aging on economic growth in Russia in the coming years, using the forecast demographical data of Federal State Statistics Service. For this purpose, the authors calculate predicted dynamic aging coefficient (DAC) for 2023–2036 using the formula proposed in their previous publication. The article discusses three scenarios and a forecasts the impact of population aging on the necessary investments, which in turn affects economic growth. The methods proposed in the article "The population aging and the volume of necessary investments (the case of Russia)" were used to plot the graphs. The year 2023 was taken as an example for the forecast.

Keywords: population aging, forecasting, capital ratio, Solow model, investments, demographic transition, economic growth



Citation: Guo, L., Zonin, N. A., & Lukyanova, N. Yu. (2023). Forecasting the impact of population aging on economic indicators (the case of Russia). *Sovremennyye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 43–51. doi: 10.5281/zenodo.10385652. (In Russ.).

Article History

Received 18 October 2023

Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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

© 2023 the Author(s)

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



Взаимосвязь демографических процессов и хозяйственного развития оказалась в фокусе внимания ряда учёных представляющих различные научные дисциплины с преимущественно с нач. XX в. Широко известны труды А.Г. Вишневого [1] А. Ландри (Landry) [2], С.П. Капицы [3], А.А. Акаева, В.Н. Соколова, Б.А. Акаевой, А.И. Сарыгулова [4], Ф. Модильяни (Modigliani), А. Андо (Ando) и Р. Брумберг (Brumberg) [5, 6], Э. Коул (Coale) и Э. Гувер (Hoover) [7], И Тан (Tan), К. Лью (Liu), Х. Сун (Sun), С. Зен (Zen) [8], Лейбфритц (Leibfritz) и В. Перер (Roeger) [9], Б. Босворт (Bosworth) и Г. Ходоров-Райх (Chodorow-Reich) [10], Н. Адамс (Adams) [11], и др.

Не смотря на относительную разработанность темы, на текущий момент актуальными остаются вопросы разработки методов количественной оценки влияния демографических показателей на экономический рост, а также прогнозирования этого влияния.

В предыдущих публикациях нами была рассмотрена возможность использовать модифицированную модель Солоу для количественной оценки влияния демографических процессов на экономические показатели [15], а также апробирована предложенная методика на примере РФ [16]. В настоящем исследовании использован аналогичный подход, адаптированный для прогнозирования влияния старения населения на экономический рост в России в следующие 10 лет.

Чтобы подтвердить правомерность использования предложенной модели для оценки влияния старения населения на экономический рост была сформулирована гипотеза о существовании статистически значимой связи между показателями, характеризующими нетрудоспособное население и экономику РФ. Проверку этой

гипотезы осуществим на основе данных официальной статистики по субъектам Российской Федерации¹. Для сравнения будем использовать несбалансированную панель данных по 77 субъектам РФ за относительно стабильные 2010 и 2019 годы, включающую четыре показателя:

- VRP – показатель валового регионального продукта (ВРП), валовая добавленная стоимость в текущих основных ценах (всего, млн. руб.);
- коэффициенты демографической нагрузки для нетрудоспособного населения (всего, KDN_all, оценка на конец года); на 1000 чел. трудоспособного возраста приходится лиц нетрудоспособных возрастов, а также групп населения моложе (KDN_Jr) и старше трудоспособного возраста соответственно (KDN_older).

Результаты анализа, проведённые с использованием эконометрического пакета Gretl позволили выявить следующее. Во-первых, установлено наличие статистически значимой умеренно-слабой обратной линейной зависимости между ВРП (VRP) и коэффициентами демографической нагрузки для нетрудоспособного населения – всего (KDN_all) по данным за 2010 г. (рис. 1А). Фактически с вероятностью большей, чем 98%, была подтверждена соответствующая гипотеза (при $r = -0,2867$; $t(75) = -2,59171$, двухстороннее р-значение 0,0115).

Во-вторых, установлено наличие статистически значимой слабой обратной линейной зависимости между ВРП (VRP) и коэффициентами демографической нагрузки для нетрудоспособного населения – всего (KDN_all) по данным за 2019 г. (рис. 1В). Фактически с вероятностью около 95% подтверждена соответствующая гипотеза (при $r = -0,2231$; $t(75) = -1,98217$, двухстороннее р-значение 0,0511).

¹ Приложение к сборнику «Регионы России. Социально-экономические показатели». Официальный интернет-портал Росстата. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/47652> (Дата обращения: 05.12.2022)

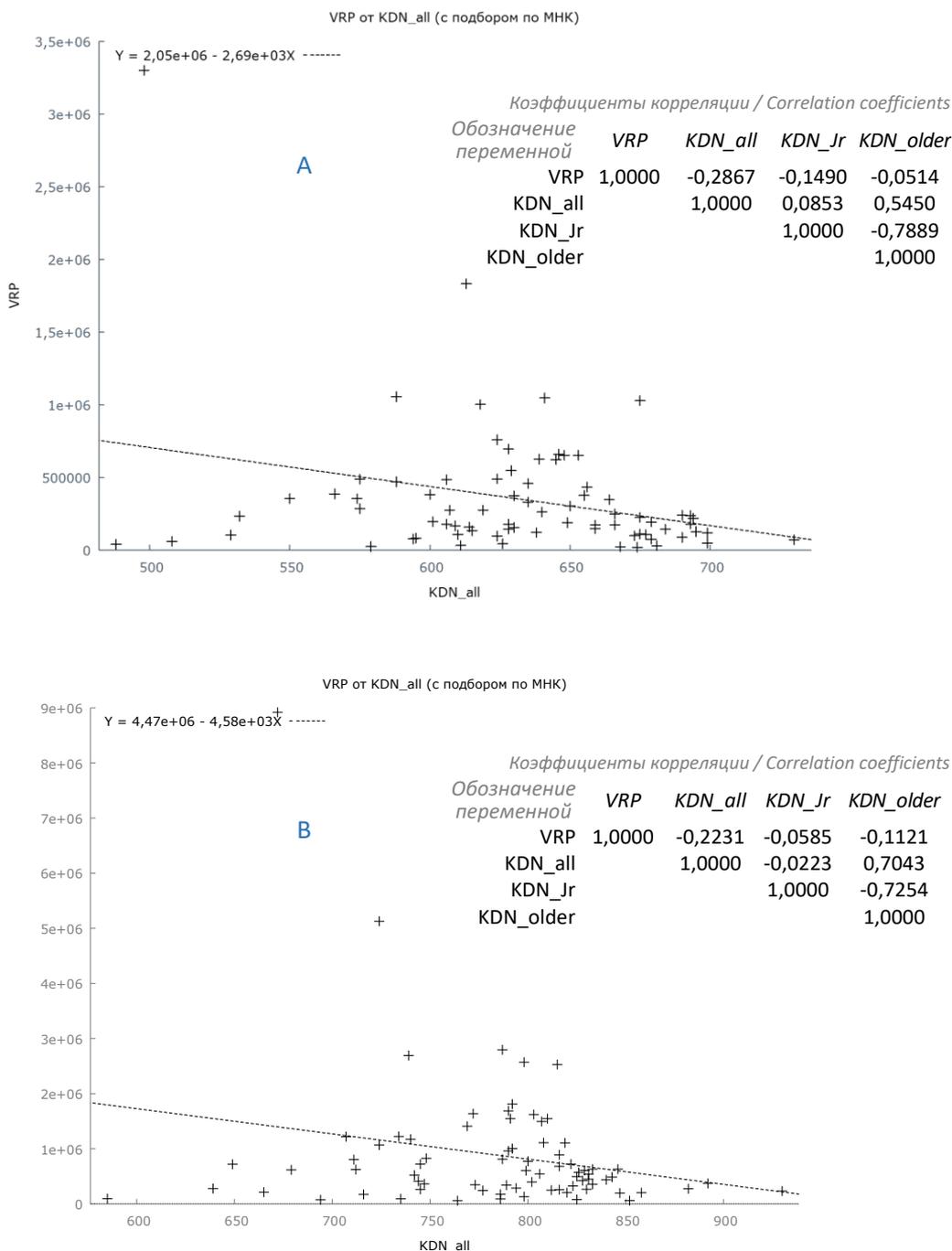


Рис. 1 – Зависимость между ВРП (VRP) и коэффициентами демографической нагрузки для нетрудоспособного населения – всего (KDN_all) по 77 субъектам РФ за 2010 (А) и 2019 (В) гг.

Fig. 2 – Correlation of GRP (VRP) with demographic loads coefficients for the retired people – total (KDN_all) for 77 entities of the Russian Federation for 2010 (A) and 2019 (B)

В-третьих установлено, что связь между ВРП (VRP) и коэффициентами демографической нагрузки для нетрудоспособного населения – всего (KDN_all) по данным по 77 субъектам РФ за анализируемый период ослабла (от умеренно-слабой в 2010 г. до слабой в 2019 г.), но остаётся статистически значимой с высокой степенью вероятности. Это позволяет продолжить анализ влияния старения населения на национальную экономику и использовать фактор старения населения для прогнозирования.

В ходе дальнейшего исследования попробуем предсказать, как будет влиять старение населения на экономический рост в РФ в ближайшие годы, исходя из прогнозных данных Роскомстата по демографии.

Для этого был рассчитан прогнозный динамический коэффициент старения (ДКС) на 2023–2036 гг. по прогнозным данным Роскомстата² с помощью формулы (1), предложенной нами в одной из предыдущих публикаций [12]:

$$\text{ДКС} = \frac{\alpha'_2 + \alpha'_3}{1 - \alpha_2 - \alpha_3} \quad (1)$$

где:

α_2 – доля населения в возрасте 0–14 лет от общей численности населения;

α_2' – изменение доли населения в возрасте 0–14 лет в общей численности населения за определённый период времени: при положительном числе это означает, что доля α увеличивается, а при отрицательном – уменьшается; абсолютное значение α_2' – скорость увеличения / уменьшения;

α_3 – доля населения старше 65 лет от общей численности населения;

α_3' – изменение доли населения в возрасте старше 65 лет в общей численности населения за определённый период времени: при положительном числе это означает, что доля α_3 увеличивается, а при отрицательном – уменьшается; значение α_3' – скорость увеличения / уменьшения.

Поскольку Росстат даёт три варианта развития событий, соответственно получаем три возможных значения ДКС по каждому году (рис. 2). Далее с помощью расчётно-аналитического метода был составлен прогноз влияния старения населения на объем необходимых инвестиций, т.е. опосредованно на экономический рост, используя методику, предложенную предыдущей публикацией [13].



В качестве примера для прогноза был взят 2023 год. Для построения графика функции фактических инвестиций использовано уравнение, полученное в результате аппроксимации функции в вышеуказанной статье: $y = -367.5632987529 +$

$67.8378724795 \times \ln x$). Графики функций необходимых инвестиций были построены по уравнениям: $y = (n + g + \delta) k$ (классическая) и $y = (n + g + \delta - \frac{\alpha'_2 + \alpha'_3}{1 - \alpha_2 - \alpha_3}) k$ (модифицированная) [1].

² Демографический прогноз до 2035 года // Росстат. URL: rosstat.gov.ru

Для построения графиков функций необходимых инвестиций были взяты следующие данные: норма амортизации (δ), темп трудосберегающего технологического прогресса (g) темп прироста населения (n). Зафиксировав первые два показателя на уровне имеющихся данных за 2021 г.³, третий был взят из прогнозных данных Росстата. Для построения графиков модифицированной функции также были использованы прогнозные значения ДКС, рассчитанные ранее. Таким образом, были получены три возможных сценария развития изучаемого процесса: пессимистический, наиболее вероятный и оптимистический (рис. 3–5). В частности, на рис. 3 кривая линия отражает фактические инвестиции, непрерывная прямая – необходимые инвестиции (классическая функция по модели Р. Солоу), а прерывистая линия – необходимые инвестиции (модифицированная функция).

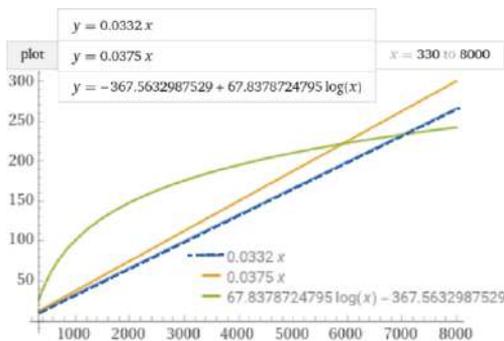


Рис. 3 – Пессимистический прогноз. Графики функции фактических инвестиций, необходимых инвестиций и модифицированной функции необходимых инвестиций для 2023 г.⁴

Fig. 3 – Pessimistic forecast. Graphs of the function of actual investment, required investment and modified function of required investment for 2023

Как иллюстрирует рис. 3, в 2023 г. с положительным значением ДКС модифицированная функция необходимых инвести-

ций отклоняется вправо от классической. Следовательно, объем необходимых инвестиций должен быть увеличен. Из этого можно сделать вывод, что при пессимистическом прогнозе прироста населения будет ощущаться негативное влияние старения населения на экономический рост.

Наиболее вероятный прогноз, приведённый на рис. 4, отражает схожую картину: заметно негативное влияние старения населения на экономический рост, но, в целом, прогноз стал благоприятнее.

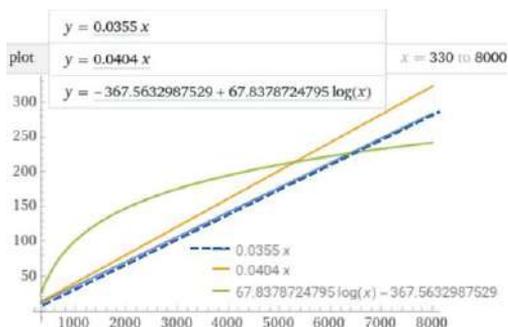


Рис. 4 – Наиболее вероятный прогноз (обозначения аналогичны рис. 3).

Fig. 4 – The most probable forecast (designations are similar to Fig. 3).

Рис. 5 отображает оптимистический вариант развития событий. Однако даже при оптимистичном прогнозе в 2023 г. негативное влияние старения населения на экономический рост в России предположительно всё ещё будет ощущаться.

Для того, чтобы более наглядно продемонстрировать разницу в наклоне прямых функций необходимых инвестиций в зависимости от вида прогноза, изобразим их на одном графике (рис. 6). В частности, на рисунке прямая линия – это функция необходимых инвестиций при оптимистическом прогнозе на 2023 г., пунктиром подчёркнута прямая функции необходимых инвестиций при наиболее вероятном прогнозе на 2023 г., пунктиром – прямая

³ По данным: а) Коэффициенты обновления и выбытия основных фондов в Российской Федерации в сопоставимых ценах (в %); б) Эффективность экономики России // Росстат. URL: rosstat.gov.ru.

⁴ Здесь и далее графики построены с помощью сервиса Wolfram Alpha. URL: <https://wolframalpha.com>

функции необходимых инвестиций при пессимистическом прогнозе на 2023 г.

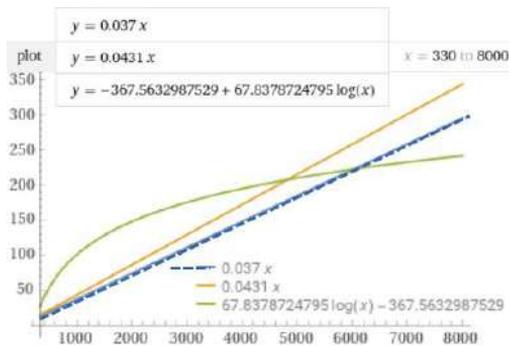


Рис. 5 – Оптимистический прогноз (обозначения аналогичны рис. 3)

Fig. 5 – Optimistic forecast (designations are similar to Fig. 3)

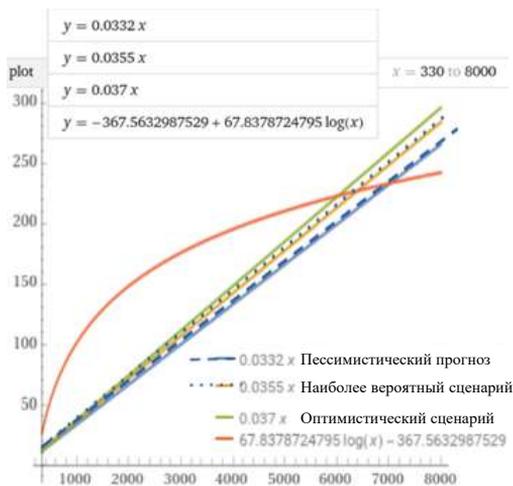


Рис. 6 – Функция фактических инвестиций и прогнозные модифицированные функции необходимых инвестиций на 2023 г.

Fig. 6 – Function of actual investments and forecast modified functions of necessary investments for 2023

Исходя из прогнозных значений ДКС, можно предположить, что текущее нега-

тивное влияние старения населения на экономику России будет постепенно ослабляться, и к 2027–2028 гг. будет полностью нивелировано, а в последующие 6–8 лет ДКС, вероятно, примет отрицательные значения, и демографическая ситуация будет скорее благоприятствовать экономическому развитию за счёт снижения требований к уровню капиталовооружённости для обеспечения экономического роста. Однако, начиная с 2033–2035 гг. (в зависимости от варианта прогноза), ДКС может вновь принять положительные значения, а это будет означать, что негативное влияние старения населения на экономический рост вернётся.

Таким образом, ожидаемое улучшение ситуации, возможно, произойдёт благодаря среднесрочным эффектам проводимой в настоящее время демографической политики, однако этот успех может оказаться недостаточно длительным. Поэтому, чтобы избежать эффект негативного влияния старения населения на экономический рост необходимо, с одной стороны, корректировать демографическую политику в соответствии с реальной ситуацией в процессе развития, а с другой – проводить соответствующую экономическую политику, направленную на стимулирование роста инвестиций в основные фонды в периоды, когда значения ДКС повышаются с учётом этого показателя.

В заключение отметим, что преимущество использования предлагаемой для прогнозирования методики состоит в том, что с её помощью можно получать количественную оценку влияния старения населения на экономическое развитие в будущих периодах при наличии обоснованных прогнозов демографических изменений.

Список источников

1. Вишневский А.Г., Нерешённые вопросы теории демографической революции // Население и экономика. 2017. Т.1. №1. С. 3-21.
2. Ландри А. Демографическая революция // ДемоскопWeekly. 2014. №611–612. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2014/0611/nauka02.php> (Дата обращения: 02.06.2022).
3. Капица С.П. Очерк теории роста человечества: демографическая революция и информационное общество. М., Ленанд, 2014. 128 с.

4. Акаев А.А., Соколов В.Н., Акаева Б.А., Сарыгулов А.И. Асимптотические модели для прогнозирования долгосрочной демографической и экономической динамики // Экономика и математические методы. 2011. Т.47. №3. С. 56-67.
5. Ando A., Modigliani F. The "Life Cycle" Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests // *American Economic Review*. 1963. №53(1). P. 55–84.
6. Modigliani F., Brumberg R., 'Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross-Section Data' // Kurihara, K. (Ed.). *Post Keynesian Economics*. New Brunswick: Rutgers University Press, 1954. P. 388-436.
7. Coale A.J., Hoover E.M. *Population Growth and Economic Development in Low-Income Countries*. Princeton University Press, 1958. P. 6-25.
8. Tan Y., Liu X., Sun H., Zen C., Population ageing, labour market rigidity and corporate innovation: Evidence from China // *Research Policy*. 2022. Vol.51. Iss.2. DOI: 10.1016/j.respol.2021.104428.
9. Leibfritz W., Roeger W. The Effects of Aging on Labor Markets and Economic Growth // In book: Hamm I., Seitz H., Werding M. (Eds.). *Demographic change in Germany. The economic and fiscal consequences*. New York: Springer, 2008. P. 35-63.
10. Bosworth B., Chodorow-Reich G. Saving and Demographic Change: The Global Dimension // *SSRN Electronic Journal*. 2007. DOI: 10.2139/ssrn.1299702.
11. Adams N.A. Dependency Rates and Savings Rates: Comment // *American Economic Association*. 1971. Vol.61. Iss.3. P.1. Pp. 472-475.
12. Модель экономического роста с учётом фактора старения населения / Л. Гуо, Н.А. Зонин, Н.В. Данилкина и др. // *Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии*. 2023. №6. С. 156-160.
13. Старение населения и объем необходимых инвестиции (на примере России) / Л. Гуо, Н.А. Зонин, Н.Ю. Бородавкина, Д.А. Савкин // *Бизнес. Образование. Право*. – 2023. – № 3(64). – С. 135-142.

References

1. Vishnevsky, A. G. (2017). Nereshennye voprosy teorii demograficheskoy revoljucii [Unresolved issues of the theory of demographic revolution]. *Naselenie i ekonomika [Population and economy]*, 1(1), 3–21. (In Russ.).
2. Landry, A. (2014). Demograficheskaja revoljucija [Demographic Revolution]. *Demoscope Weekly*, 611–612. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2014/0611/nauka02.php> (Accessed on June 02, 2022). (In Russ.).
3. Kapitsa, S. P. (2014). *Ocherk teorii rosta chelovechestva: demograficheskaja revoljucija i informacionnoe obshhestvo [An essay on the theory of human growth: Demographic revolution and Information society]*. Moscow: Lenand. (In Russ.).
4. Akaev, A. A., Sokolov, V. N., Akaeva, B. A., & Sarygulov, A. I. (2011). Asimptoticheskie modeli dlja prognozirovanija dolgosrochnoj demograficheskoy i ekonomicheskoy dinamiki [Asymptotic models for forecasting long-term demographic and economic dynamics]. *Ekonomika i matematicheskie metody [Economics and Mathematical Methods]*, 47(3), 56–67. (In Russ.).
5. Ando, A., & Modigliani, F. (1963). The "Life Cycle" Hypothesis of Saving: Aggregate Implications and Tests. *American Economic Review*, 53(1), 55–84.
6. Modigliani, F., & Brumberg, R. (1954). Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross-Section Data. In book: Kurihara, K. (Ed.). *Post Keynesian Economics*. New Brunswick: Rutgers University Press, 388–436.
7. Coale, A. J., & Hoover, E. M. (1958). *Population Growth and Economic Development in Low-Income Countries*. Princeton University Press, 6–25.
8. Tan, Y., Liu, X., Sun, H., & Zen, C. (2022). Population ageing, labour market rigidity and corporate innovation: Evidence from China. *Research Policy*, 51(2), 104428. doi: 10.1016/j.respol.2021.104428.

9. Leibfritz, W., & Roeger, W. (2008). The Effects of Aging on Labor Markets and Economic Growth. In book: Hamm, I., Seitz, H., & Werding, M. (Eds.). *Demographic change in Germany. The economic and fiscal consequences*. New York: Springer, 35–63.
10. Bosworth, B., & Chodorow-Reich, G. (2007). Saving and Demographic Change: The Global Dimension. SSRN. doi: 10.2139/ssrn.1299702.
11. Adams, N. A. (1971). Dependency Rates and Savings Rates: Comment. *American Economic Association*, 61(3), 1, 472-475.
12. Guo, L., Zonin, N. A., & Danilkina, N. V. (2023). Model' ekonomicheskogo rosta s uchetom faktora starenija naselenija [The model of economic growth taking into account the factor of population aging]. *Konkurentosposobnost' v global'nom mire: ekonomika, nauka, tehnologii [Competitiveness in the global world: Economics, science, technology]*, 6, 156-160. (In Russ.).
13. Guo, L., Zonin, N. A., Borodavkina, N. Y., & Savkin, D. A. (2023). Starenie naselenija i ob'em neobhodimyh investicii (na primere Rossii) [The population aging and the volume of necessary investments (The case of Russia)]. *Biznes. Obrazovanie. Pravo [Business. Education. Law]*, 3(64), 135-142. (In Russ.).

ЧАСОВСКИЙ Владимир Иванович

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
доктор географических наук, профессор; e-mail: prof.chasovsky@mail.ru*

НИЖНИКОВА Анастасия Константиновна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
аспирант; e-mail: stasynizhnikova@gmail.com*

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ АТТРАКТИВНОСТИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ РОССИЙСКО-БЕЛОРУССКОГО ПРИГРАНИЧЬЯ

Выявление аттрактивных туристско-рекреационных объектов имеет большое значение при стратегическом планировании развития территории. Российско-белорусское приграничье имеет значительный потенциал для реализации совместных туристских проектов и программ в рамках договорённостей Союзного государства. В данной статье авторами предпринята попытка определения аттрактивности туристско-рекреационных ресурсов приграничья с использованием метода контент-анализа. Используя данные открытых сервисов «Google Maps» и «Яндекс Карты», были выявлены аттрактивные природные и культурно-исторические ресурсы. Результаты исследования представлены в виде геоинформационных данных территориальной организации выявленных объектов приграничья. Проанализированные природные объекты включают в себя особо охраняемые природные территории федерального и республиканского значения, открытые для посещения туристами, а также городские парки, скверы, лесные насаждения и т.д. Культурно-исторические ресурсы представлены не только объектами из реестров культурного наследия, но и современными объектами, представляющими интерес для туристов и рекреантов. Туристско-рекреационные ресурсы проанализированы с точки зрения количества отзывов и рейтинга, а также средней стоимости предлагаемых услуг. Проведённый контент-анализ позволил выявить лидирующие и отстающие в плане туристской привлекательности регионы. Выявлены муниципальные районы, не имеющие аттрактивных туристских объектов. Полученные данные могут быть использованы для решения ключевых задач интеграции Российской Федерации и Республики Беларусь в туристско-рекреационной сфере, а также организации перспективных трансграничных туристских маршрутов.

Ключевые слова: аттрактивность, туристско-рекреационные ресурсы, российско-белорусское приграничье, контент-анализ



Для цитирования: Часовский В.И., Нижникова А.К. Контент-анализ аттрактивности туристско-рекреационных ресурсов российско-белорусского приграничья // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 52–61. DOI: 10.5281/zenodo.10386331.

Дата поступления в редакцию: 18 октября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

UDC 338.48

EDN: MYJRYO

DOI: 10.5281/zenodo.10386331

Vladimir I. CHASOVSKII*Immanuel Kant Baltic Federal University,**Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)**PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor; e-mail: prof.chasovsky@mail.ru***Anastasia K. NIZHNIKOVA***Immanuel Kant Baltic Federal University,**Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)**Postgraduate Student; e-mail: stasynizhnikova@gmail.com*

POTENTIAL OF RUSSIAN-BELARUSIAN BORDERLAND FOR TOURISM AND RECREATION: STUDYING BY THE CONTENT ANALYSIS

Abstract. Identification of attractive tourist and recreational objects is of great importance in strategic planning of territory development. The Russian-Belarusian borderland has a significant potential for the implementation of joint tourism projects and programs within the framework of the Union State agreements. In this article the authors attempt to determine the attractiveness of tourist and recreational resources of the border region using the method of content analysis. Using data from the open services "Google Maps" and "Yandex Maps", they identified attractive natural and cultural-historical resources, which resulted in geoinformation data of their territorial organization on the borderland. The analyzed natural objects include specially protected natural territories of federal and republican significance, open to tourists, as well as urban parks, squares, forest plantations, etc. Cultural and historical resources are represented not only by objects from the registers of cultural heritage, but also by modern objects of interest to tourists and recreationists. Tourism and recreational resources are analyzed in terms of the number of reviews and ratings, as well as the average cost of services offered. The content analysis allowed authors to identify the leading and lagging regions in terms of tourist attractiveness. Municipal districts without attractive tourist objects were identified. The obtained data can be used to solve the key problems of cooperation of the Russian Federation and the Republic of Belarus in the tourism and recreation sphere, as well as the organization of promising cross-border tourist routes.

Keywords: attractiveness, tourism and recreational resources, Russian-Belarusian borderland, content analysis



Citation: Chasovskii, V. I., & Nizhnikova, A. K. (2023). Potential of Russian-Belarusian borderland for tourism and recreation: Studying by the content-analysis. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 52–61. doi: 10.5281/zenodo.10386331. (In Russ.).

Article History

Received 18 October 2023

Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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

© 2023 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Введение

Обостряющийся геополитический кризис в мире оказывает существенное влияние на современную тенденцию регионализации экономики. Изменение зон геополитического влияния, вероятно, станет ключевым фактором формирования новых макрорегионов. Данные процессы уже затронули многие отрасли, в том числе и туристско-рекреационную сферу. Интеграционные процессы Российской Федерации и Республики Беларусь в рамках Союзного государства могут стать той самой формой консолидации трансграничного пространства, которая сформирует ядро будущего макрорегиона.

Значимую роль в интеграции двух стран играет социокультурное единство людей. Туристско-рекреационная сфера – один из наиболее действенных инструментов социального единения и экономического развития. Территория российско-белорусского приграничья (РБП), в силу своего уникального географического положения, может стать центром экономической интеграции Союзного государства, в том числе, и в сфере туризма. Приграничье включает в себя 6 субъектов: Брянскую, Витебскую, Гомельскую, Могилевскую, Псковскую и Смоленскую области.

Основным фактором развития туризма и рекреации на территории считают туристско-рекреационные ресурсы. В рестрах культурно-исторического наследия и особо охраняемых природных территорий приграничья содержится несколько тысяч объектов. Однако, определить какие объекты привлекают больше туристов, имеют большую ценность – крайне непростая задача. Цель данного исследования – выявить территориальные особенности аттрактивных туристско-рекреационных ресурсов российско-белорусского приграничья посредством контент-анализа.

Регионы российско-белорусского приграничья во многом схожи по социально-экономическим показателям. Кроме того, отсутствие языкового барьера и практически «открытая» граница создают благо-

приятный климат для развития туризма в условиях добрососедского сотрудничества [8]. Территория приграничья обладает периферийным, но вместе с тем межстоличным географическим положением. Исследуемый регион выступает в качестве транспортного коридора между Московской и Минской агломерацией. Стоит отметить, также значимую долю влияния (экономического, социального, культурного) Санкт-Петербурга. Воздействие крупнейших центров отражается в адаптации туристско-рекреационного комплекса приграничья на обслуживании преимущественно столичных туристов, а не приезжих из соседнего государства.

Если ранее российско-белорусское приграничье выполняло функцию транзитной территории при путешествиях в европейские страны, то сейчас наступил период изменения туристской роли приграничья. Минимизировалось влияние европейских центров на сферу туризма приграничья. Для того, чтобы туризм в регионе продолжал развиваться требуется существенная модернизация отрасли с ориентацией на внутренний туризм. Санкционная политика зарубежных стран привела к необходимости организации трансграничного туристско-рекреационного региона в приграничье. Формирование трансграничных регионов возможно только при взаимовыгодном сотрудничестве сопредельных стран. И хотя трансграничное взаимодействие протекает на трех уровнях (межгосударственном, межрегиональном и межмуниципальном), наиболее действенная интеграция реализуется на уровне регионов [2].

Анализ публикаций по теме исследования

По мнению исследователей, аттрактивность туристско-рекреационных ресурсов является ключевым компонентом конкурентоспособности территории в сфере туризма [5]. Многие авторы в своих работах выявляют факторы привлекательности дестинации, предлагая различные методики её определения, основанные на ценности туристских объектов [1, 10, 11].

Теоретические аспекты исследования туристско-рекреационных ресурсов являются наиболее актуальными научными направлениями в области туризма [6, 7]. Ключевой проблемой в подобных исследованиях уже долгое время остаётся неоднозначность подходов к определению «туристско-рекреационный ресурс». Основная дискуссия разворачивается вокруг выявления различий между сферой туризма и рекреации, а также их взаимодополняемости.

Исследования российско-белорусского приграничья и туристской отрасли на его территории проводятся относительно давно и вновь становятся актуальными на фоне геополитических процессов. Пространственные особенности развития туризма РБП описаны А.П. Катровским, Ю.П. Ковалёвым, Л.Ю. Мажар, Т.И. Яськовой [4, 8] и др. Авторы рассматривают вопросы развития туристско-рекреационной сферы и транспортной освоенности региона.

Методы и методология

Туристская привлекательность дестинации и её ресурсов проявляется в количестве туристов, посещающих её. Определить объёмы туристских потоков в те или иные направления достаточно проблематично, особенно если речь идёт о территории российско-белорусского приграничья. Чаще всего для получения информации о туристских потоках используются официальные статистические источники. Однако, региональная статистическая информация туристской отрасли сильно ограничена, не говоря уже о муниципальной. Кроме того, существуют различия в методологии расчёта оценки примерного числа туристов соседствующих стран, из-за открытой границы РФ и РБ. По этим причинам, авторами был

использован иной подход для определения attractiveness туристских ресурсов приграничья.

В исследовании использовались метод контент-анализа, статистический, картографический, геоинформационный, а также некоторые общенаучные методы. Авторами были проанализированы данные 918 туристских объектов, имеющие не менее 30 отзывов на общедоступных сервисах «Google Maps» и «Яндекс Карты». Источниками информации также служили данные официальных реестров особо охраняемых природных территорий России¹ и Беларуси².

Среди доступных показателей наиболее значимыми являются: количество отзывов к объекту, рейтинг объекта (его оценка), местоположение, стоимость предоставляемых услуг и другие. В контент-анализе использовано два наиболее популярных сервиса, поэтому данные по рейтингу объекта представлены в виде средней оценки, а количество отзывов – их суммой. Все полученные данные актуальны на 3 квартал 2023 года.

Результаты исследования

Развитие туристско-рекреационной сферы – один из путей повышения уровня социально-экономического благополучия регионов [7]. Совместными усилиями представителей России и Беларуси были разработаны и приняты постановления и программы, определяющие приоритетные задачи и направления интеграции в туризме.

На данный момент, конкретных проектов сотрудничества и совместных стратегий развития пока нет, но озвучены два ключевых направления³: «создание общего туристического пространства с

¹ Особо охраняемые природные территории и объекты России (ООПТ). Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации. URL: <https://www.mnr.gov.ru/activity/oopt>

² Особо охраняемые природные территории Республики Беларусь. Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь. URL: https://www.minpriroda.gov.by/ru/osob_ohran-ru

³ Приоритетные направления и первоочередные задачи дальнейшего развития Союзного государства на 2018–2022 годы. Официальный сайт Постоянного Комитета Союзного государства. URL: <https://посткомсг.рф/documentation>

обеспечением широкого доступа к историко-культурному наследию и природно-рекреационным ресурсам Беларуси и России» и «создание условий для дальнейшего развития внутреннего и въездного туризма в рамках Союзного государства».

В рамках соглашений Союзного государства были определены приоритетные задачи развития туристской сферы⁴:

- Формирование единой информационной базы данных туристской деятельности РФ и РБ;
- Создание положительного имиджа и проработка новых трансграничных туристских проектов;
- Содействие повышению спроса на туристско-рекреационные услуги.

Все эти задачи непосредственно связаны с туристско-рекреационными ресурсами приграничной территории, поэтому крайне важно выявить степень их привлекательности.

Понятие «туристско-рекреационные ресурсы» не имеет общепринятого определения в современной науке. Многие исследователи дискутируют о значении терминов «туризм» и «рекреация», а также «рекреационные ресурсы» и «туристские ресурсы» [6]. Одни исследователи считают туристские ресурсы лишь частью рекреационных. Другие же отмечают, термин «рекреационные ресурсы» не может в полной мере отражать смыслового значения туристских ресурсов и не учитывает специфику туристской деятельности [7].

В российском законодательстве под туристскими ресурсами понимают «природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные

потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил»⁵. В Республике Беларусь в законе №129-3 дано схожее определение, включающее удовлетворение потребностей не только туристов, но и экскурсантов⁶.

Очевидно, что понятия «туристские» и «рекреационные» ресурсы имеют больше схожих черт, чем различий. В современной научной литературе чаще встречается сочетание «туристско-рекреационный», чем его отдельные составляющие. На территории российско-белорусского приграничья, согласно данным официальных реестров, располагается более 12 тыс. объектов культурного наследия и около 870 ООПТ. Однако, лишь небольшая часть из них доступна и представляет интерес для туристов.

Исследования демонстрируют рост числа туристов, которые в значительной степени полагаются на данные интернет-сервисов при планировании путешествия. Положительное влияние отзывов отражается на повышении привлекательности дестинаций и её ресурсов [9]. Отзывы могут быть оставлены к любым объектам, имеющим географическую привязку. Часто вместе с отзывом и оценкой, к объекту привязываются фото и видео туристов. Так люди делятся своим опытом посещения объекта, формируя положительный или негативный имидж дестинации, а значит и влияют на её привлекательность.

Проведённое исследование включает в себя контент-анализ двух групп туристско-рекреационных ресурсов. Первая включает в себя природные объекты, представленные ООПТ и парками. Исследователи отмечают особую роль природных

⁴ Декрет от 4.11.2021 №6 «Об Основных направлениях реализации положений Договора о создании Союзного государства на 2021–2023 годы». URL: <https://посткомср.рф/documentation>

⁵ Федеральный закон от 24.11.1996 №132-ФЗ (с изм. и доп.) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/

⁶ Закон Республики Беларусь №129-3 от 11.11.2021 «О туризме». URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12100129&p1=1&p5=0>

территорий в развитии рекреации и экологического туризма, набирающего известность в последние годы во всем мире [3].

ООПТ федерального и республиканского значения, которые разрешено посещать туристам, пользуются в РБП большой популярностью (табл. 1). Средний рейтинг выявленных объектов – 4,6. Туристы и рекреанты могут совершать как однодневные, так и многодневные туры в природные территории. При этом средняя стоимость размещения на одну ночь в ООПТ приграничья составляет 2561 руб. Предоставляются также и экскурсионные услуги, средняя

стоимость которых составляет 4521 руб.

Почти в каждом районном центре приграничья есть парк, сквер или подобный объект, выполняющий рекреационную функцию для местных жителей и посещаемый всеми приезжающими туристами. Их количество по областям приграничья практически идентично – 23 (22 в Брянской и 16 в Псковской областях). Преобладание объектов с оценкой выше 4 (51%) и высокая доля с оценкой выше 4,5 (38%), говорит об относительно высокой привлекательности этих объектов во всех регионах приграничья (табл. 2).

Таблица 1 – Характеристики аттрактивности ООПТ российско-белорусского приграничья, 2023

Table 1 – Characteristics of attractiveness of natural reserves in Russian-Belarusian borderland, 2023

№	Название	Область	Оцен-ка	Кол-во отзывов	Стоимость*	
					прожи-вания	экскур-сии
1	Природный запов. «Брянский лес»	Брянская	4,85	173	2333	3075,0
2	Биосферный запов. «Березинский»	Витебская	4,85	2306	4601,04	2610,5
3	Нац. парк «Браславские Озёра»	Витебская	4,65	373	2565,59	1078,5
4	Нац. парк «Припятский»	Гомельская	4,55	485	2108,67	2979,5
5	«Полесский» радиационно-экологич. запов.	Гомельская	4,4	772	-	22369,1
6	Природный заказник «Ремдовский»	Псковская	4,6	395	-	1000,0
7	Запов. «Полистовский»	Псковская	4,7	244	1000	2570,0
8	Нац. парк «Себежский»	Псковская	4,55	769	2650	960,0
9	Нац. парк «Смоленское Поозерье»	Смоленская	4,55	1040	2666	4050,0

*Представлены медианными показателями в российских рублях

Таблица 2 – Структура туристско-рекреационных ресурсов российско-белорусского приграничья, 2023

Table 2 – The structure of tourism and recreational resources of the Russian-Belarusian borderland, 2023

Объекты Область	Достопримечательности		Музеи		Памятники		Парки		Религиозные объекты		Всего	
	ед.	%	ед.	%	ед.	%	ед.	%	ед.	%	ед.	%
Брянская	17	8,6	17	11,5	36	17,6	22	16,9	26	11,4	118	13,0
Псковская	53	26,8	32	21,6	28	13,7	16	12,3	63	27,6	192	21,1
Смоленская	43	21,7	30	20,3	53	26,0	23	17,7	30	13,2	179	19,7
Витебская	36	18,2	35	23,6	36	17,6	23	17,7	47	20,6	177	19,5
Гомельская	23	11,6	18	12,2	24	11,8	23	17,7	26	11,4	114	12,6
Могилевская	26	13,1	16	10,8	27	13,2	23	17,7	36	15,8	128	14,1
Всего	198	100,0	148	100,0	204	100,0	130	100,0	228	100,0	908	100,0

Второй группой туристско-рекреационных ресурсов, исследуемых в работе, являются культурно-исторические. Среди проанализированных объектов данной группы преобладают религиозные объекты (храмы,

монастыри, святые источники и т.д.) – около 29%, памятники (объекты, посвящённые историческим событиям, личностям, эпохам и т.д.) – 26% и достопримечательности (архитектурные, градостроительные, археологи-

ческие культурные объекты) – 25%. Меньше всего на исследуемой территории находится музеев – 19%. Наибольшее количество аттрактивных культурно-исторических ресурсов располагается в Псковской, Смоленской и Витебской областях, что подтверждается богатой историей регионов.

Говоря о туристской привлекательности исследуемых объектов, стоит обратить внимание на их рейтинг (табл. 3). Лишь 15

объектов получили оценку ниже «4», более 69% всех туристских аттрактивов имеют рейтинг от 4,5 до 4,99, а наивысшую оценку получили 2% объектов. Наиболее популярными районами, согласно числу отзывов к объектам, можно назвать городские округа, районы областных центров и уже сформированные туристские дестинации (Печорский, Пушкиногорский, Островский, Браславский районы).

Таблица 3 – Привлекательность культурно-исторических ресурсов российско-белорусского приграничья, выявленных посредством контент-анализа, 2023

Table 3 – The attractiveness of cultural and historical resources of the Russian-Belarusian borderland, that have been identified through content analysis, 2023

Показатель \ Область	5		4,5–4,99		4–4,49		менее 4		Всего отзывов	
	ед.	%	ед.	%	ед.	%	ед.	%	ед.	%
Брянская	2	11,8	75	13,9	16	7,8	2	13,3	21952	10,3
Витебская	1	5,9	93	17,2	57	27,7	3	20,0	36924	17,3
Гомельская	1	5,9	54	10,0	34	16,5	3	20,0	16918	7,9
Могилевская	0	0,0	53	9,8	48	23,3	4	26,7	25540	11,9
Псковская	9	52,9	141	26,1	23	11,2	3	20,0	81310	38,0
Смоленская	4	23,5	124	23,0	28	13,6	0	0,0	31105	14,6
Всего	17	100,0	540	100,0	206	100,0	15	100,0	213749	100,0

Распределение культурно-исторических ресурсов, выявленных посредством контент-анализа, крайне неоднородно (рис. 1). Наибольшее количество объектов данной группы находится в областных центрах: Смоленск – 75 объектов, Псков – 69, Витебск – 41, Гомель – 36, Могилёв – 35, Брянск – 34. В 30 муниципальных районах приграничья нет туристских ресурсов, которые имеют более 30 отзывов.

Среди объектов получивших наибольшее количество отзывов стоит выделить Псковский Кремль, Гомельский дворцово-парковый ансамбль, Лопатинский сад в Смоленске, Свято-Успенский Псково-Печерский мужской монастырь, Изборскую крепость, Площадь Победы в Витебске.

Выводы

Проведённый анализ позволил выявить аттрактивные туристско-рекреационные ресурсы на территории российско-белорусского приграничья. Полученные результаты могут быть использованы для

решения задач туристского сотрудничества Союзного государства. Высокая привлекательность природных и культурно-исторических ресурсов приграничья является ключевым фактором развития трансграничного туризма [8, с. 116].

Выявленные в исследовании природные туристско-рекреационные ресурсы РБП обладают высокой аттрактивностью, выраженной в высоком рейтинге и относительно большом количестве отзывов. Спектр предоставляемых туристских услуг на ООПТ повышает популярность экотуризма в регионе.

Культурно-исторические ресурсы приграничья многообразны, но сосредоточены в большей степени в областных центрах. Наибольшее количество аттрактивных достопримечательностей располагается в районах Псковской, Смоленской и Витебской областях. Наиболее популярными районами, согласно числу отзывов к объектам, можно назвать:

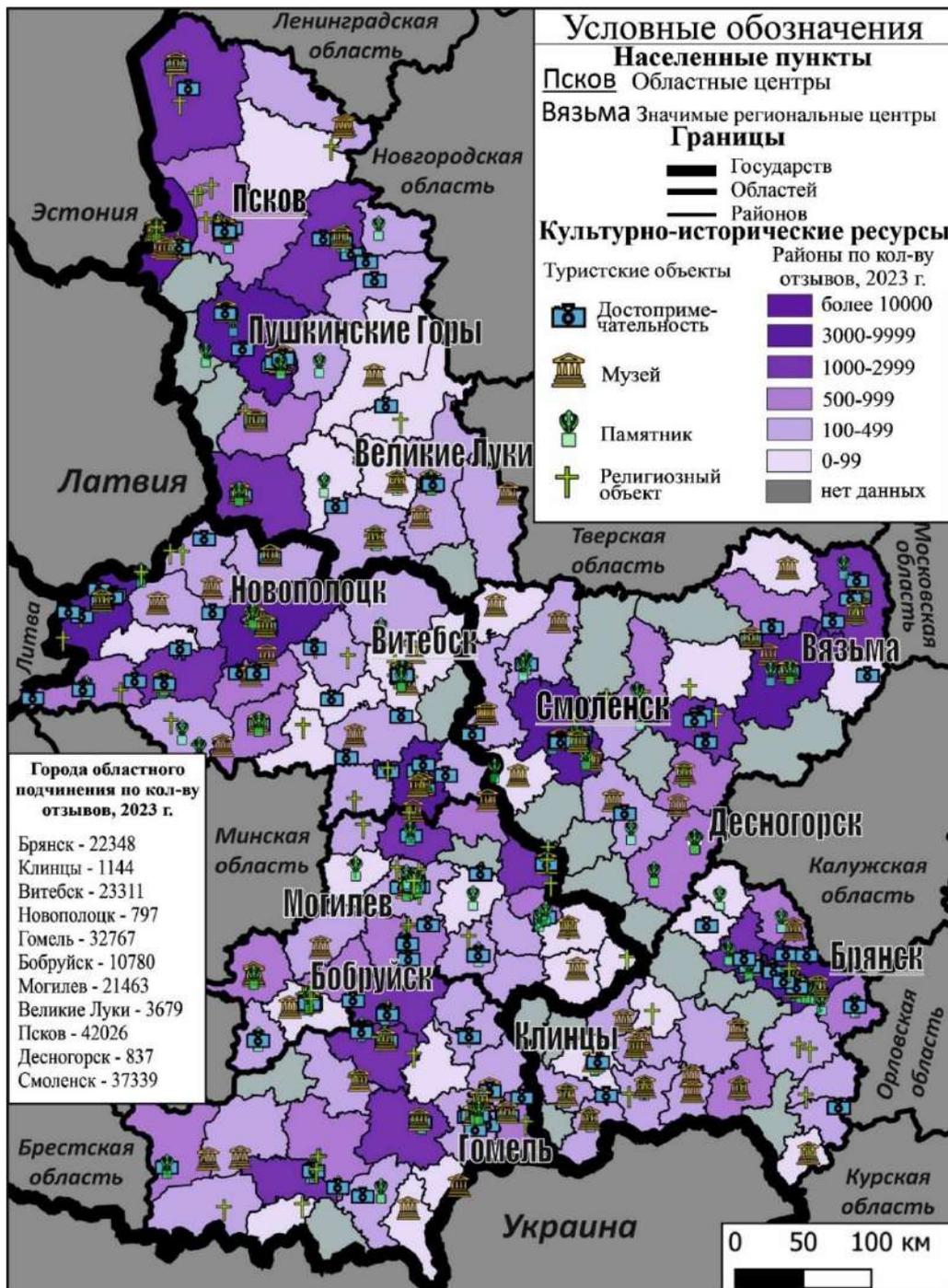


Рис. 1 – Территориальная организация культурно-исторических объектов российско-белорусского приграничья, 2023

Fig. 1 – Territorial organization of cultural and historical objects of the Russian-Belarusian borderland, 2023

- городские округа исследуемого региона (за исключением Десногорска и Новополоцка);
- районы областных центров – Брянский, Псковский, Смоленский;
- районы с уже сформированными туристскими дестинациями – Печорский, Пушкиногорский, Островский, Браславский, Полоцкий, Вяземский, Оршанский и др.

Большая часть туристов готова делиться своими впечатлениями в сети, оставляя отзыв при посещении данных дестинаций. Низкие же показатели отзывов говорят не столько о несущественной ценности самих объектов, сколько о крайне низком уровне attractiveness и туристской инфраструктуры района. В 24 муниципальных районах приграничья отсутствуют

туристские объекты, соответствующие требованиям использованной методики исследования.

Перспективными направлениями развития туристско-рекреационной сферы российско-белорусского приграничья можно назвать: создание туристского маркетингового комплекса, с размещёнными на нем аттрактивными объектами и маршрутами; разработка совместных трансграничных туристских проектов; реализация особого формата работы ООПТ, направленного на популяризацию экотуризма и др. [3, с. 203]. Решение задач, поставленных в рамках стратегий Союзного государства, даст новый толчок для развития туризма в районах, имеющих невысокую туристскую attractiveness и потенциал, нереализованный в полной мере.

Список источников

1. Афанасьев О.Е. Туристско-экскурсионные макродестинации и новое туристско-экскурсионное районирование России как организационные формы планирования развития отрасли // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №2. С. 82-109. DOI: 10.5281/zenodo.8081678.
2. Межевич Н.М. Двойная периферия: феномен российско-белорусского пограничья // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. 2021. №1(64). С. 117-122. DOI: 10.52897/2411-4588-2021-1-117-122.
3. Пахомова О.М. Рекреационные ресурсы особо охраняемых природных территорий Карелии: оценка attractiveness // Экология урбанизированных территорий. 2016. №1. С. 67-72.
4. Российско-белорусское приграничье: вызовы межстоличного положения: Монография / Под ред. А.П. Катровского и Т.И. Яськовой. Смоленск: Изд-во Смоленского гос. ун-та, 2022. 312 с.
5. Саранча М.А. Оценка конкурентоспособности туристских сфер государств Балтийского региона // Балтийский регион. 2020. Т.12. №3. С. 147-165. DOI: 10.5922/2079-8555-2020-3-9.
6. Сафарян А.А. Подходы к оценке туристского потенциала территории // Географический вестник. 2015. №1(32). С. 89-102.
7. Сычева Н.В. Туристский ресурс как фактор экономического развития региона // Вестник Оренбургского гос. ун-та. 2011. №8(127). С. 136-143.
8. Транспорт и развитие туризма в приграничных с Белоруссией регионах России: Монография / Под ред. А.П. Катровского, Ю.П. Ковалева, Т.И. Яськовой. Смоленск: Универсум, 2019. 260 с.
9. Alzaydi Z.M., Elsharnouby M.H. Using social media marketing to pro-tourism behaviours: the mediating role of destination attractiveness and attitude towards the positive impacts of tourism // Future Business Journal. 2023. Vol.9. №42. DOI: 10.1186/s43093-023-00220-5.
10. Calvo-Mora A., Berbel-Pineda J., Perianez-Cristobal R., Suarez E. Determining factors of a city's tourism attractiveness // Tourism & Management Studies. 2012. Vol.7. Pp. 9-23.
11. Dimitrov P., Stankova M., Vasenska I., Uzunova D. Increasing attractiveness and image recognition of Bulgaria as a tourism destination // Tourism & Management Studies. 2017. Vol.13. №3. Pp. 39-47. DOI: 10.18089/tms.2017.13305.

References

1. Afanasiev, O. E. (2023). Turistsko-ekskursionnye makrodestinacii i novoe turistsko-ekskursionnoe rajonirovanie Rossii kak organizacionnye formy planirovaniya razvitiya otrasli [Macrodestinations and new zoning areas for tourism and excursion in Russia as organizational forms industry development planning]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(2), 82-109. doi: 10.5281/zenodo.8081678. (In Russ.).
2. Mezhevich, N. M. (2021). Dvojnaya periferiya: fenomen rossijsko-beloruskogo pogranich'ya [Double periphery: the phenomenon of the Russian-Belarusian borderland]. *Ekonomika Severo-Zapada: problem i perspektivy razvitiya [Economy of the North-West: problems and prospects of development]*, 1(64), 117-122. doi: 10.52897/2411-4588-2021-1-117-122. (In Russ.).
3. Pahomova, O. M. (2016). Rekreacionnye resursy osobo ohranyaemyh prirodnyh territorij Karelii: ocenka attrakivnosti [Recreational resources of specially protected natural areas of Karelia: Assessment of attractiveness]. *Ekologiya urbanizirovannyh territorij [Ecology of urbanized areas]*, 1(1), 67-72. (In Russ.).
4. Katrovskij, A. P. & Yas'kova, T. I. (Eds.). (2022). *Rossijsko-beloruskoe prigranich'e: vyzovy mezdstolichnogo polozheniya [Russian-Belarusian borderland: Challenges of the position between the capitals]: A monograph*. Smolensk: Smolensk State University. (In Russ.).
5. Sarancha, M. A. (2020). Ocenka konkurentosposobnosti turistskih sfer gosudarstv Baltijskogo regiona [Assessment of the competitiveness of tourism spheres of the Baltic region states]. *Baltiiskij region [Baltic region]*, 12(3), 147-165. doi: 10.5922/2079-8555-2020-3-9. (In Russ.).
6. Safaryan, A. A. (2015). Podhody k ocenke turistskogo potenciala territorii [Approaches to the assessment of the territory's tourism potential]. *Geograficheskij vestnik [Geographical Journal]*, 1(32), 89-102. (In Russ.).
7. Sycheva, N. V. (2011). Turistskij resurs kak factor ekonomicheskogo razvitiya regiona [Tourist resource as a factor of economic development of the region]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta [Orenburg State University Journal]*, 8(127), 136-143. (In Russ.).
8. Katrovskiy, A. P., Kovalev, Yu. P., & Yas'kova, T. I. (Eds.). (2019). *Transport i razvitie turizma v prigranichnyh s Belorussiej regionah Rossii [Transportation and tourism development in the regions of Russia bordering Belarus]: A monograph*. Smolensk: Universum. (In Russ.).
9. Alzaydi, Z. M., & Elsharnouby, M. H. (2023). Using social media marketing to pro-tourism behaviours: the mediating role of destination attractiveness and attitude towards the positive impacts of tourism. *Future Business Journal*, 9(42). doi: 10.1186/s43093-023-00220-5.
10. Calvo-Mora, A., Berbel-Pineda, J., Perianez-Cristobal, R., & Suarez, E. (2012). Determining factors of a city's tourism attractiveness. *Tourism & Management Studies*, 7(1), 9-23.
11. Dimitrov, P., Stankova, M., Vasenska, I., & Uzunova, D. (2017). Increasing attractiveness and image recognition of Bulgaria as a tourism destination. *Tourism & Management Studies*, 13(3), 39-47. doi: 10.18089/tms.2017.13305.

УДК 338.48 EDN: INZCFN
DOI: 10.5281/zenodo.10387558

ИВЛЕВА Оксана Валерьевна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
кандидат педагогических наук; e-mail: OIvleva@kantiana.ru*

ШАБЛЯУСКЕНЕ Елизавета Владимировна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
ассистент; e-mail: kha-liza@yandex.ru*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

В последние годы основные тенденции развития туристской индустрии тесно связаны с популяризацией культурно-познавательного и культурно-исторического направления. Этот вид не только становится лидирующим среди прочих, но и выступает гарантией сохранения исторического прошлого как целых регионов, так и отдельных стран мира. На территории Российской Федерации культурно-исторический туризм является одним из самых востребованных, о чем свидетельствуют статистические данные. В ходе переориентации туристских потоков в РФ с зарубежных направлений на отечественные, происходит и трансформация подходов к организации отдыха на территории страны. Внутренний туризм набирает обороты из года в год. Как следствие, возрастает интерес и к изучению истории и культуры своей страны, а значит культурно-исторический туризм будет набирать обороты. Основной задачей в таких условиях становится расширение возможностей для организации новых программ обслуживания. На новый виток развития выходит не только организация экскурсионного обслуживания, но и современные подходы к организации отдыха в целом. Одним из таких востребованных направлений является комплексный подход, когда на территории одного региона можно встретить не только пляжный и оздоровительный виды туризма, но и широкую просветительскую программу, то есть культурно-исторический туризм. Особенно активно работа в этом направлении должна вестись в регионах, где уже есть все необходимые ресурсы, и их популярность среди туристов набирает обороты. В числе таких находится Калининградская область.

Ключевые слова: туризм, культурный туризм, туристские потоки, сальдо, внутренний туризм, Калининградская область



Для цитирования: Ивлева О.В., Шабляускене Е.В. Перспективы развития культурно-исторического туризма в регионах Российской Федерации (на примере Калининградской области) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 62–71. DOI: 10.5281/zenodo.10387558.

Дата поступления в редакцию: 18 октября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

UDC 338.48

EDN: INZCFN

DOI: 10.5281/zenodo.10387558

Oksana V. IVLEVA

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
PhD in Pedagogy, Associate Professor; e-mail: OIvleva@kantiana.ru*

Elizaveta V. SHABLYAUSKENE

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
Assistant; e-mail: kha-liza@yandex.ru*

THE CULTURAL AND HISTORICAL TOURISM DEVELOPMENT PROSPECTS IN THE RUSSIAN REGIONS (THE CASE OF THE KALININGRAD REGION)

Abstract. *In recent years, the main development trends in the tourism industry are closely related to the popularization of cultural-informative and cultural-historical tourism. This type of tourism not only becomes a leader among others, but also acts as a guarantee of the preservation of the historical past of both entire regions and individual countries of the world. On the territory of the Russian Federation, cultural and historical tourism is one of the most popular, as evidenced by statistical data. In the course of the reorientation of tourist flows in the Russian Federation from foreign destinations to domestic ones, there is also a transformation of approaches to organizing recreation in the country. Domestic tourism is gaining momentum from year to year. As a result, interest in studying the history and culture of our country is growing, which means cultural and historical tourism will develop. The main task in such conditions is to expand opportunities for organizing new tourism programs. Not only the organization of excursions, but also modern approaches to organizing recreation in general are entering a new stage of development. One of these popular areas is an integrated approach, when destinations develop not only beach and health tourism, but also propose a broad educational program, that is, cultural and historical tourism. Work in this direction should be especially active in regions where all the necessary resources already exist, and their popularity among tourists is gaining momentum. Among these is the Kaliningrad region.*

Keywords: *tourism, cultural and historical tourism, tourist flows, balance, domestic tourism, Kaliningrad region*



Citation: Ivleva, O. V., & Shablyauskene, E. V. (2023). The cultural and historical tourism development prospects in the Russian regions (the case of the Kaliningrad region). *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 62–71. doi: 10.5281/zenodo.10387558. (In Russ.).

Article History

Received 18 October 2023

Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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

© 2023 the Author(s)

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



Введение

Современное развитие туристской индустрии невозможно представить без культурно-познавательного и культурно-исторического туризма. На сегодняшний день, это направление является одним из самых популярных не только в России, но и во всем мире. Согласно определению, представленному на XXII сессии Генеральной Ассамблеи ЮНВТО в 2017 г., культурный туризм подразумевает «вид туристической деятельности, в котором основной мотивацией посетителя является изучение, открытие, испытание и потребление материальных и нематериальных культурных достопримечательностей/продуктов в туристическом направлении. Эти достопримечательности/продукты относятся к набору отличительных материальных, интеллектуальных, духовных и эмоциональных особенностей общества, которое охватывает искусство и архитектуру, историческое и культурное наследие, кулинарное наследие, литературу, музыку, творческие индустрии и живые культуры с их образом жизни, системами ценностей, верованиями и традициями»¹.

Рамочная конвенция UNWTO об этике гласит, что политика и деятельность в области туризма должны осуществляться с уважением к художественному, археологическому и культурному наследию, которое они должны охранять и передавать будущим поколениям². При этом особое внимание необходимо уделять именно сохранению исторических и археологических памятников, мест отправления культа, а также модернизации музеев, которые должны быть широко открыты и доступны для посещения туристами.

Актуальность

Сохранение культурного достояния отдельных регионов является приоритетной задачей для всего мирового сооб-

щества в целом и для отдельных стран. От этого напрямую зависит национальная идентичность, вопросы которой все чаще становятся объектом пристального внимания. Туризм как социокультурное явление способствует сохранению исторического и культурного наследия. В то же время, с точки зрения экономического развития, индустрия туризма уже превращается в одну из ведущих отраслей мирового хозяйства. Культурно-исторический сектор, при этом, является одним из ведущих. На сегодняшний день порядка 40% всех туристских продуктов связаны с этим направлением. По некоторым данным около 2,5 млрд чел. ежегодно совершают свои поездки с целью познакомиться с историческим и культурным наследием родных регионов и иностранных государств. Эта цифра будет расти в будущем пропорционально развитию культурно-исторического направления туризма в отдельных регионах.

Цель исследования: выявить перспективы развития культурно-исторического туризма на территории Калининградской области. Определить уровень востребованности данного вида туризма в регионе.

Методологическая база

Теоретическую основу исследования составляют работы отечественных и зарубежных авторов.

В зарубежных источниках большое внимание уделяется проблеме территориального развития отдельных городов и целых районов в контексте организации культурно-исторических туров с использованием современных технологий. В частности, идея возрождения исторических городов с помощью туризма легла в основу статьи, которую написали Азаде Лак, Махди-Гейтаси, д-р Даллен Тимоти [1]. Новые технологические подходы в организации культурного пространства рассмотрены в работе авторского коллектива, в состав

¹ Всемирная туристская организация. Туризм и культура. URL: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture> (Дата обращения: 30.09.2023).

² Рамочная конвенция об этике туризма Всемирной туристской организации. URL: <https://www.unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421671> (Дата обращения 30.09.2023).

которого вошли Мария Тереза Куомо, Дебора Тортора, Пантеа Форуди, Алекс Джордано, Джузеппе Феста, Джерардино Металло [9]. Диего А. Баррадо-Тимон и Кармен Идальго-Хиральт [3] в своём труде представляют перспективу использования инновационных технологий, в частности, дополнительной и виртуальной реальности, для организации культурных туров по историческим городам.

Для отечественных авторов важной задачей является выявление проблем и перспектив развития культурно-исторического туризма на территории Российской Федерации. В частности, Конюшенко Д.С. [8] выявил целый ряд проблемных моментов, среди которых особое значение имеет вопрос удержания постоянного туристского внимания к историко-культурным объектам. Продолжением темы привлечения внимания туристов является статья Архиповой О.В., Сиволап Т.Е., Тереховой В.И. [2]. Авторский коллектив утверждает, что туристский потенциал регионов желательно рассматривать в контексте проблем продвижения услуг культурно-исторического туризма, а привлекательность региона во многом зависит от эффективного функционирования системы маркетинга дестинаций.

Разработкой универсальной модели развития культурно-познавательного туризма на территории РФ занимается Отто В.А. [11]. Смещение акцента на развитие туристской индустрии с федерального на муниципальный уровень сделан в статье Фроловой Е.В., Рогач О.В., Рябовой Т.М. [15].

Одной из важных тем, поднимаемых в отечественных исследованиях становится развитие культурно-познавательного туризма на территории отдельных регионов Российской Федерации. Статей с такой тематикой огромное количество, можно выделить следующие работы: «Анализ развития культурно-познавательного туризма в

Республике Татарстан» [5], «Обзор объектов и оценка перспектив развития культурно-познавательного туризма в г. Новосибирске» [10], «Перспективы развития культурно-познавательного туризма в республике Крым на примере г. Симферополь» [16], «Развитие культурно-познавательного туризма в Приморском крае в условиях реализации проекта "Восточное кольцо России"» [14], «Развитие культурно-познавательного туризма на территории Северного Кавказа» [12], и пр.

Отдельного внимания заслуживают работы, посвящённые развитию культурного туризма в особо перспективных туристских регионах, к которым относится, к примеру, Калининградская область. Здесь можно выделить труды Анохина А.Ю. [13], Боровик Н.А. [4], Зайцевой Н.А. [17], Митрофановой А.В. [6, 13], Комарницкой Т.В. [6, 7], Корнеевца В.С. [13], Костюка А.П. [13], Кропиновой Е.Г. [6, 7, 13], Семёновой Л.В. [13], Хильшер А.В. [13] и др.

Основная часть

Культурно-исторический туризм является наиболее перспективным направлением социально-экономического развития России и её территорий, а в современных условиях и вовсе может занять лидирующую позицию. По данным опроса Агентства стратегических инициатив³, проведённого в 2023 г., в ряду разных видов отдыха наибольшую популярность среди российских туристов получают поездки на морские курорты пляжи. Пребывание на побережье привлекает порядка 76% респондентов. Второе место рейтинга с результатом в 64% занимает историко-культурный туризм. Замыкает тройку лидеров лечебно-оздоровительный отдых с результатом в 49%.

Согласно проведённому исследованию, историко-культурный туризм уверенно занимает первую строчку в рейтинге самых интересных видов туризма в регионах РФ. 69% представителей туристского

³ Российский внутренний туризм – 2023: новые горизонты. Агентство стратегических инициатив. URL: <https://mintourism.samregion.ru/wp-content/uploads/sites/40/2023/07/rossijskij-vnutrennij-turizma-2023.pdf?ysclid=ln5wjukpgy735015676> (Дата обращения: 1.10.2023).

бизнеса отметили этот вид как самый востребованный, и 68% потребителей, то есть частных лиц (туристов), подтвердили этот выбор. На основании этого можно предположить, что большинство туристов при выборе тура, в первую очередь, оценивает культурный и исторический потенциал того региона, где собирается провести отпуск. В этой связи крайне важным становится качество предоставляемого туристского продукта в отдельных регионах.

Количественную составляющую интереса к культурно-историческому направлению в туризме можно оценить, используя статистические данные по росту туристского потока страны. Согласно статистике, опубликованной на сайте Федерального агентства по туризму (рис. 1), на протяжении последних лет сформировалась устойчивая позитивная тенденция. Ежегодно, за исключением 2020 г., отмечается прирост в среднем на 7,3%. По данным прогноза, в текущем году увеличение может составить 5,1%. Резкое сокращение туристского потока в 2020 г. случилось на фоне борьбы с коронавирусной инфекцией и карантинных мер, развёрнутых по всей стране. Падение составило 31% по сравнению с 2019 г., однако уже в следующем году ситуация выправилась. В 2021 г. практически удалось вернуться к допандемийным показателям, что свидетельствует о том, что негативная тенденция носила лишь временный характер. На волне отложенного спроса индустрия туризма смогла справиться с кризисом и выйти на новый виток развития. На сегодняшний момент главной задачей становится поиск новых точек роста, среди которых особо важное место занимает развитие культурно-исторического туризма как востребованного направления.

Если провести корреляцию статистических данных по внутреннему туристскому потоку с данными опроса Агентства стратегических инициатив, то получаются любопытные цифры. Количество туристов в 2022 г. составило 68,5 млн чел., а потребительский интерес к культурно-историческому туризму оказался на уровне в 68%.

При наложении этих показателей, можно представить приблизительное количество туристов, которые заинтересованы в таком виде отдыха. А именно, в 2022 г. примерно 46,6 млн чел. стали потребителями культурно-исторических туров или продуктов. Эта цифра, конечно, не может отразить полной картины, поскольку в ней не учтён сегмент туристов, размещённых в частном секторе. Однако даже этот показатель говорит о высоком спросе на культурно-исторический туризм на территории Российской Федерации.

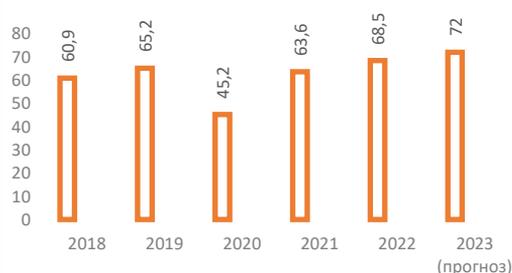


Рис. 1 – Динамика численности граждан РФ, размещённых в КСР, млн чел.

Fig. 1 – Dynamics of the number of Russian citizens accommodated in collective accommodation facilities, million people

Практически каждый регион обладает всем необходимым набором факторов для развития культурно-исторического и познавательного туризма. Некоторые же районы РФ особенно выделяются. К таковым можно отнести Калининградскую область. Она богата памятниками истории и культуры, а также историческими событиями, которые являются хорошей основой для привлечения внимания туристов, о чём свидетельствует ранее проведённое исследование «Приоритетные направления развития туризма в Калининградской области» [13]. На сегодняшний день на территории области располагается 179 памятников культурного значения федерального уровня и 477 памятников культурного значения регионального уровня. Общее число музеев и музейных комплексов насчитывает порядка 104 объектов, согласно данным

Туристического портала Калининградской области⁵. Кроме того, по территории Калининграда и области проходит более 120 туров и экскурсий различных категорий (рис. 2). Преобладающее большинство относится к культурно-историческому направлению.



Рис. 2. – Процентное соотношение различных типов экскурсии по Калининграду и Калининградской области⁶

Fig. 2. – Diversity of excursions in Kaliningrad and the Kaliningrad region, %

Данные рис. 2 подтверждают тот факт, что территория Калининградской области помимо пляжного отдыха привлекает туристов ещё и своей историей. Так, в процентном соотношении порядка 85% туристских продуктов относятся к культурной, познавательной и исторической категории. Подтверждением популярности этого направления являются ранее опубликованные исследования, касающиеся жизненного цикла туристского продукта Калининградской

области [13]. Согласно его данным, культурно-познавательный туризм в регионе сейчас проходит стадию роста, приближаясь к пику своей популярности. Следовательно, развитие данного направления становится приоритетным для индустрии туризма Калининградской области, что, в свою очередь, будет способствовать не только удовлетворению потребностей современных потребителей, но и максимальному получению прибыли.

Востребованность в туристском продукте региона можно подтвердить стабильным ростом, что отражает рис. 3. По информации из ежегодных отчётов о ходе реализации и оценке эффективности государственной программы Калининградской области «Туризм»⁷, за последние 5 лет количество туристов в среднем составило 1675 тыс. чел. Самый значительный скачок отмечен в 2021 г., когда прибытия не только перешагнули порог пандемийного 2020 года, в связи с чем были введены ограничения, но и превысили значение предыдущего периода на 10,5%. Столь стремительные темпы прироста заставляют предположить, что совсем скоро будет преодолен стратегически важный для региона порог в 2000 тыс. туристов в год.

Согласно предварительному прогнозу, озвученному министром культуры и туризма Калининградской области, в 2023 г. турпоток должен увеличиться как минимум на 15% по сравнению с предыдущим годом. Это значит, что количество гостей области составит примерно 2110 тыс. чел., что соответствует запланированным результатам и темпам развития туристической индустрии.

⁴ Правительство Калининградской области. Служба государственной охраны объектов культурного наследия. URL: <https://gov39.ru/vlast/sluzhby/gookn/?ysclid=lo5twjwgr389853286> (Дата обращения: 2.10.2023).

⁵ Туристский портал Калининградской области. Музеи Калининграда. URL: <https://visit-kaliningrad.ru/entertainment/museums/?URL=museums%2F> (Дата обращения: 5.10.2023).

⁶ Туристский портал Калининградской области. Туры и экскурсии. URL: <https://visit-kaliningrad.ru/excursions/> (Дата обращения: 5.10.2023).

⁷ Министерство по культуре и туризму Калининградской области. Годовой отчёт о ходе реализации и оценке эффективности государственной программы Калининградской области «Туризм». URL: <https://culture-tourism.gov39.ru/deyatelnost/indicators/> (Дата обращения: 6.10.2023).

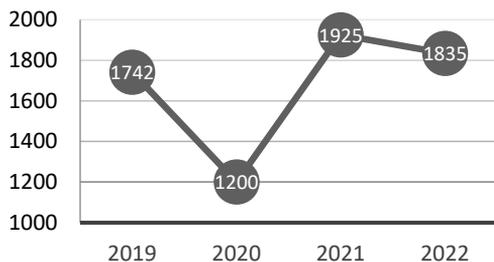


Рис. 3. – Динамика туристских прибытий на территорию Калининградской области в 2019–2022 гг., тыс.

Fig. 3. – Dynamics of tourist arrivals to the Kaliningrad region in 2019–2022, thousand

Исходя из ранее представленных данных опроса Агентства стратегических инициатив, которые указывают на то, что 68% потребителей нацелены на культурно-исторический туризм, получается, что примерно 1247 тыс. чел., посетивших Калининградскую область в 2022 г., были заинтересованы в знакомстве с её историей и культурой. В то же время, опираясь на приведённые выше данные по популярности данного направления в регионе (количество экскурсионных программ и жизненный цикл туристского продукта), можно предположить, что эти цифры гораздо выше. Тем более, что количество прибытий не отражает число туристов, размещённых в частном секторе.

Ещё один важный момент для культурно-исторического туризма в Калининградской области – это востребованность со стороны иностранных туристов. Напомним, что в области ранее был популяризован ностальгический туризм, который можно назвать одним из составляющих культурно-исторического. Основными потребителями подобных туров были иностранные граждане, ранее проживавшие на территории области. На сегодняшний момент ностальгический туризм проходит стадию затухания, согласно ранее приведённому исследованию жизненных циклов

туристского продукта [13]. Таким образом, происходит процесс переориентации культурно-исторического направления с въездного на внутренний рынок. Это можно косвенно подтвердить статистическими данными.

В отношении прибытий иностранных туристов в Калининградскую область, можно произвести любопытный подсчёт. По аналогии с вычислением сальдо туристского баланса, где главными показателями являются доходы, полученные в результате пребывания иностранных граждан на территории региона, и расходы местных жителей за пределами страны, можно произвести расчёт сальдо туристского потока. В основу расчёта предлагается положить количество иностранных граждан, посетивших Калининградскую область, и местных жителей, выехавших на отдых в иностранные государства. Разницу между этими показателями и будем называть сальдо турпотока, которое может иметь как положительное, так и отрицательное значение. В первом случае, положительное сальдо будет свидетельствовать о растущем интересе со стороны иностранных туристов к региону. Во втором случае, отрицательное сальдо, станет показателем угасания этого интереса. В табл. 1 продемонстрирован расчёт показателя за период с 2017 по 2022 гг.

Таблица 1 – Сальдо турпотока на территории Калининградской обл. в 2017–2022 гг.⁸

Table 1 – Balance of tourist flow to the Kaliningrad region in 2017–2022

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
И	68594	84956	99166	12722	11826	22592
К	52627	74065	59738	13161	33066	41274
С	15967	10891	39428	- 439	- 21240	- 18682

И – число иностранных граждан, размещённых в КСР Калининградской области, чел.

К – численность жителей Калининградской области, отправленных в туры по зарубежным странам, чел.

С – сальдо туристского потока

⁸Сост. по данным: Туризм. Основные показатели. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области. URL: https://39.rosstat.gov.ru/tourism_1?ysclid=lnp2jrnbh1245944175# (Дата обращения: 7.10.2023).

Для территории Калининградской области сложившаяся в последние годы в России переориентация культурно-исторического туризма на внутренний рынок не является актуальной. Специфическими особенностями региона являются годами нарабатанные и устойчиво сформированные культурные связи с ближайшими соседними государствами. Несмотря на практически полное прекращение сотрудничества в туристской сфере между Калининградской областью и граничащими с ней иностранными государствами, интерес со стороны туристов не пропал окончательно. Тем более, что для иностранных туристов существует упрощённый порядок въезда на территорию области. В этой связи данные табл. 1 наглядно демонстрируют несколько интересных фактов. В период с 2017 по 2019 гг. сальдо туристского потока было положительным, то есть интерес к Калининградской области со стороны иностранных туристов был велик и набирал обороты с каждым годом. В 2020 г. начали действовать карантинные меры по коронавирусной инфекции, турпоток сократился, а интерес к Калининградской области стал угасать. В то же время в этот период сократился и поток туристов из других регионов России (1200 тыс. чел.). Однако уже в следующем году он восстановился и даже смог превысить прежние показатели. Поток же иностранных туристов резко упал и не демонстрирует признаков восстановления до прежних значений до сих пор. Начиная с 2020 г. сальдо турпотока является отрицательным. Это значит, что произошла переориентация туристского рынка. Внутренний туризм набирает обороты, а вместе с

ним увеличивается и потребность в культурно-историческом продукте на территории Калининграда и области со стороны жителей других российских регионов.

Заключение

На сегодняшний день возникает острая необходимость в разработке новых культурно-исторических и культурно-познавательных программ на территории Калининградской области, которые смогли бы удовлетворить растущие потребности российских туристов из других регионов и местных жителей. Кроме того, улучшение качества обслуживания также является приоритетной задачей.

Уникальное культурно-историческое наследие Калининградской области должно стать отправной точкой для развития туристской индустрии региона. Приоритетной задачей руководящих органов является введение как можно большего количества памятников культуры и архитектуры в активный туристский оборот.

Культурно-историческое направление развития туристской индустрии в Калининградской области вполне способно быть источником увеличением доходов от туризма. Это, в свою очередь, может оказать существенное влияние на восстановление памятников истории и культуры, а также позволит активнее развивать инфраструктуру региона. Связка «больше культурно-исторических продуктов – больше туристов – больше доходов от туризма – больше возможностей для восстановления исторических памятников» вполне способна реализоваться на территории региона. Благодаря этому Калининград может войти в число самых востребованных и популярных курортов России.

Список источников

1. Lak A., Gheitasi M., Timothy, D. D. Urban regeneration through heritage tourism: cultural policies and strategic management // *Journal of Tourism and Cultural Change*. 2020. Vol.18. Iss.4. Pp. 386-403. doi: 10.1080/14766825.2019.1668002.
2. Архипова О.В., Сиволап Т.Е., Терехова В.И. Маркетинг дестинаций и проблема продвижения услуг культурно-познавательного туризма // *Петербургский экономический журнал*. 2018. №4. С. 57-69. doi: 10.25631/PEJ.2018.4.7.
3. Barrado-Timón D.A., Hidalgo-Giralt C. The Historic City, Its Transmission and Perception via Augmented Reality and Virtual Reality and the Use of the Past as a Resource for the

- Present: A New Era for Urban Cultural Heritage and Tourism? // *Sustainability*. 2019. Vol.11. Iss.10. Pp. 28-35. doi: 10.3390/su11102835.
4. Боровик Н.А. Культурно-исторический туризм Калининградской области: тренды, потенциал и проблемы развития // *Геополитика и экогеодинамика регионов*. 2020. Т.6(16). Вып. 1. С. 76-92.
 5. Вагапова Ф.Г., Тимофеева Е.Р., Иминова. Г.Ш. Анализ развития культурно-познавательного туризма в Республике Татарстан // *Сервис в России и за рубежом*. 2017. Т.11. Вып.6. С. 85-93. doi: 10.22412/1995-042X-11-6-7.
 6. Кинёва А.С., Кропинова Е.Г., Митрофанова А.В., Хильшер В.А., Комарницкая Т.В. Фортификационный комплекс середины XIX века в Калининградской области как перспективный объект ЮНЕСКО // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2023. №1. С. 122-131. doi: 10.5281/zenodo.8000266.
 7. Комарницкая Т.В., Кропинова Е.Г. Развитие культурно-познавательного и промышленного туризма (на примере парка семейного отдыха в Калининградской области) // *Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма и сервиса*. Мат. XIII Всерос. Междунар. науч.-практ. конф. студ. и асп. Калининград, 2020. Вып. 13. С. 92-96.
 8. Конюшенко Д.С. Основные проблемы культурно-познавательного туризма // *Актуальные исследования*. 2022. №33(112). С. 53-55.
 9. Cuomo M.T., Tortora D., Foroudi P., Giordano A., Festa G., Metallo G. Digital transformation and tourist experience co-design: Big social data for planning cultural tourism. 2021. Vol.162. 120345. doi: 10.1016/j.techfore.2020.120345.
 10. Нуренбергер Л.Б., Петренко Н.Е., Рогалева Н.Л. Обзор объектов и оценка перспектив развития культурно-познавательного туризма в г. Новосибирске // *Вестник РУК*. 2022. №1(47). С. 104-108.
 11. Отто В.А. Модель развития культурно-познавательного туризма в России: Автореф. науч. квалификац. Работы по спец. 24.00.01 Теория и история культуры. М., 2020. 19 с.
 12. Поддубная Т.Н., Юрченко А.А., Коренева М.В., Минченко В.Г., и др. Развитие культурно-познавательного туризма на территории Северного Кавказа. Краснодар, 2019. 218 с.
 13. Приоритетные направления развития туризма в Калининградской области: Монография / А.Ю. Анохин, В.С. Корнеевец, А.П. Костюк [и др.]; под ред. Л.В. Семёновой, В.С. Корнеевца, Е.Г. Кропиновой. Калининград: Изд-во БФУ им. И. Канта, 2022. 85 с.
 14. Толстых И.Н., Золотухина Е.С., Ван Шухань. Развитие культурно-познавательного туризма в Приморском крае в условиях реализации проекта «Восточное кольцо России» // *АНИ: экономика и управление*. 2018. №2(23). С. 325-329.
 15. Фролова Е.В., Рогач О.В., Рябова Т.М. Деятельность муниципальных органов власти по развитию культурно-познавательного туризма: проблемы, ресурсы и новые возможности // *Вопросы государственного и муниципального управления*. 2020. №3. С. 210-228.
 16. Чеглазова Е.М. Перспективы развития культурно-познавательного туризма в Республике Крым на примере г. Симферополь // *Таврические студии*. 2016. №8(22). С. 115-120.
 17. Шипшинская Р.Г., Зайцева Н.А. Состояние и перспективы развития культурно-познавательного туризма на территории Калининградской области // *Актуальные направления научных исследований: от теории к практике*. 2016. №2-1(8). С. 63-68.

References

1. Lak, A., Gheitasi, M., & Timothy, D. D. (2020). Urban regeneration through heritage tourism: cultural policies and strategic management. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(4), 386-403. DOI: 10.1080/14766825.2019.1668002.
2. Arkhipova, O. V., Sivolap, T. E., & Terekhova, V. I. (2018). Marketing destinacij I problema prodvizheniya uslug kul'turno-poznavatel'nogo turizma [Marketing of destinations and the problem of promoting cultural and educational tourism services]. *Peterburgskij ekonomicheskij zhurnal [Petersburg Economic Journal]*, 4, 57-69. doi: 10.25631/PEJ.2018.4.7. (In Russ.).
3. Barrado-Timón, D. A., & Hidalgo-Giral, C. (2019). The Historic City, Its Transmission and Perception via Augmented Reality and Virtual Reality and the Use of the Past as a Resource for the Present: A New Era for Urban Cultural Heritage and Tourism? *Sustainability*, 11(10), 28-35. doi: 10.3390/su11102835.

4. Borovik, N. A. (2020). Kul'turno-istoricheskij turizm Kaliningradskoj oblasti: trendy, potencial i problem razvitiya [Cultural and historical tourism of the Kaliningrad region, trends, potential and problems of development]. *Geopolitika i ekogeodinamika regionov [Geopolitics and ecogeodynamics of regions]*, 6(16), 76-92. (In Russ.).
5. Vagapova, F. G., Timofeeva, E. R., & Iminova, G. Sh. (2017). Analiz razvitiya kul'turno-poznavatel'nogo turizma v Respublike Tatarstan [The state and prospects of cultural tourism in the Republic of Tatarstan]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 11(6), 85-93. doi: 10.22412/1995-042X-11-6-7. (In Russ.).
6. Kineva, A. S., Kropinova, E. G., Mitrofanova, A. V., Hielscher, V. A., & Komarnitskaya, T. V. (2023). Fortifikacionnyj kompleks seređiny XIX veka v Kaliningradskoj oblasti kak perspektivnyj ob'ekt UNESCO [Fortification complex of the middle XIX century in the Kaliningrad region as a promising UNESCO site]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 1, 122-131. doi: 10.5281/zenodo.8000266. (In Russ.).
7. Komarnitskaya, T. V., & Kropinova, E. G. (2020). Razvitie kul'turno-poznavatel'nogo i promyshlennogo turizma (na primere parka semejnogo otdyha v Kaliningradskoj oblasti) [Development of cultural, educational and industrial tourism (on the example of a family recreation park in the Kaliningrad region)]. *Turistsko-rekreacionnyj potencial i osobennosti razvitiya turizma i servisa [Tourist and recreational potential and features of the development of tourism and service]: Materials of the XIII All-Russian International Scientific and Practical Conference of Students and Postgraduate Students*, 13, 92-96. (In Russ.).
8. Konyushenko, D. S. (2022). Osnovnye problemy kul'turno-poznavatel'nogo turizma [Main problems of cultural and educational tourism]. *Aktual'nye issledovaniya [Current Research]*, 33(112), 53-55. (In Russ.).
9. Cuomo, M. T., Tortora, D., Foroudi, P., Giordano, A., Festa, G., & Metallo, G. (2021). Digital transformation and tourist experience co-design: Big social data for planning cultural tourism. *Technological Forecasting and Social Change*, 162. doi: 10.1016/j.techfore.2020.120345.
10. Nyurenberger, L. B., Petrenko, N. E., & Rogaleva, N. L. (2022). Obzor ob'ektov i ocenka perspektiv razvitiya kul'turno-poznavatel'nogo turizma v g. Novosibirsk [Review of objects and assessment of prospects for the development of cultural and educational tourism in Novosibirsk]. *Vestnik RUK*, 1(47), 104-108. (In Russ.).
11. Otto, V. A. (2020). Model' razvitiya kul'turno-poznavatel'nogo turizma v Rossii [Model of development of cultural and educational tourism in Russia]: Abstract of scientific qualification work]. Moscow. (In Russ.).
12. Poddubnaya, T. N., Yurchenko, A. A., Koreneva, M. V., Minchenko, V. G., & at al. (2019). *Razvitie kul'turno-poznavatel'nogo turizma na territorii Severnogo Kavkaza [Development of cultural and educational tourism in the North Caucasus]*. Krasnodar. (In Russ.).
13. Anokhin, A. Yu., Korneevets, V. S., Kostyuk, A. P. & at al. (2022). *Prioritetnye napravleniya razvitiya turizma v Kaliningradskoj oblasti [Priority directions for the development of tourism in the Kaliningrad region]: A monograph*. Kaliningrad: I. Kant BFU Publ.
14. Tolstykh, I. N., Zolotukhina, E. S., & Van Shuhan. (2018). Razvitie kul'turno-poznavatel'nogo turizma v Primorskom krae v usloviyah realizacii proekta «Vostochnoe kol'co Rossii» [Development of cultural and educational tourism in the Primorsky Territory in the context of the implementation of the project «Eastern Ring of Russia»]. *ANI: ekonomika i upravlenie [ANI: Economics and Management]*, 2(23), 325-329. (In Russ.).
15. Frolova, E. V., Rogach, O. V., & Ryabova, T. M. (2020). Devatel'nost' municipal'nyh organov vlasti po razvitiyu kul'turno-poznavatel'nogo turizma: problemy, resursy i novye vozmozhnosti [Activities of municipal authorities in the development of cultural and educational tourism: Problems, resources and new opportunities]. *Voprosy gosudarstvennogo i municipal'nogo upravleniya [Issues of state and municipal management]*, 3, 210-228. (In Russ.).
16. Cheglažova, E. M. (2016). Perspektivy razvitiya kul'turno-poznavatel'nogo turizma v Respublike Krym na primere g. Simferopol' [Prospects for the development of cultural and educational tourism in the Republic of Crimea using the example of Simferopol']. *Tavrisheskie studii [Tauride Studios]*, 8(22), 115-120. (In Russ.).
17. Shipshinskayte, R. G., & Zaitseva, N. A. (2016). Sostoyanie i perspektivy razvitiya kul'turno-poznavatel'nogo turizma na territorii Kaliningradskoj oblasti [State and prospects for the development of cultural and educational tourism in the Kaliningrad region]. *Aktual'nye napravleniya nauchnyh issledovanij: ot teorii k praktike [Current directions of scientific research: From theory to practice]*, 2-1(8), 63-68. (In Russ.).

БОЧКОВ Андрей Юрьевич

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
аспирант; e-mail: bocandrei7@icloud.com*

РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ПРОЦЕССАХ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ: ОПЫТ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье исследуется роль цифровизации в развитии регионального туризма на примере Калининградской области. В статье рассматриваются основные аспекты и преимущества внедрения цифровых технологий в туристическую индустрию региона. Анализируются конкретные проекты и инициативы, осуществлённые в Калининградской области, такие как создание цифровых платформ для туристов, разработка мобильных приложений и использование виртуальной реальности. Результаты исследования показывают, что цифровизация способствует улучшению доступности и качества туристических услуг, повышению эффективности маркетинговых стратегий и увеличению привлекательности региона для посетителей. В заключение, статья подчёркивает важность дальнейшего развития цифровых технологий в сфере туризма для достижения устойчивого роста и конкурентоспособности регионального туристического сектора. Цифровизация играет ключевую роль в современном развитии туризма, и Калининградская область успешно применяет цифровые технологии для улучшения туристического опыта. Создание электронных платформ позволяет туристам получать актуальную информацию о достопримечательностях, маршрутах и событиях в регионе. Мобильные приложения облегчают планирование поездки и предоставляют персонализированные рекомендации. Использование виртуальной реальности позволяет туристам погрузиться в уникальные виртуальные миры и предварительно оценить потенциал поездки. Все это способствует привлечению большего числа туристов и повышению уровня их удовлетворённости. Развитие цифровых технологий в туризме Калининградской области является важным фактором для устойчивого роста и конкурентоспособности регионального туристического сектора.

Ключевые слова: *региональный туризм, цифровой туризм, Калининградская область, цифровые технологии, управление туристическими ресурсами, цифровая инфраструктура, виртуальные туры*



Для цитирования: Бочков А.Ю. Роль цифровизации в процессах регионального развития: опыт Калининградской области // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 72–85. DOI: 10.5281/zenodo.10396212.

Дата поступления в редакцию: 18 октября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

UDC 911.3 EDN: QYDCBC
DOI: 10.5281/zenodo.10396212

Andrey Yu. BOCHKOV

Immanuel Kant Baltic Federal University,

Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)

Postgraduate Student; e-mail: bocandrei7@icloud.com

DIGITALIZATION IN THE REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT: THE EXPERIENCE OF THE KALININGRAD REGION

Abstract. *The article explores the role of digitalization in developing regional tourism using the example of the Kaliningrad region. The article discusses the main aspects and advantages of introducing digital technologies into the tourism industry of the region. Specific projects and initiatives implemented in the Kaliningrad region are analyzed, such as the creation of digital platforms for tourists, the development of mobile applications and the use of virtual reality. The results of the study show that digitalization helps to improve the availability and quality of tourism services, increase the effectiveness of marketing strategies and attractiveness of the region for visitors. In conclusion, the article highlights the importance of further development of digital technologies in the tourism sector to achieve sustainable growth and competitiveness of the regional tourism. Digitalization plays a key role in modern tourism development, and the Kaliningrad region successfully uses digital technologies to improve the tourist experience. The creation of digital platforms allows tourists to receive up-to-date information about attractions, routes and events in the region. Mobile apps make it easier to plan trips and provide personalized recommendations. The use of virtual reality allows tourists to immerse themselves in unique virtual worlds and preview the potential of their trip. All this helps to attract more tourists and increase their level of satisfaction. The development of digital technologies in tourism in the Kaliningrad region is an important factor for the sustainable growth and competitiveness of the regional tourism sector.*

Keywords: *regional tourism, digital tourism, Kaliningrad region, digital technologies, tourism resource management, digital infrastructure, virtual tours*



Citation: Bochkov, A. Yu. (2023). Digitalization in the regional tourism development: the experience of the Kaliningrad region. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 72–85. doi: 10.5281/zenodo.10396212. (In Russ.).

Article History

Received 18 October 2023

Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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

© 2023 the Author(s)



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

Введение

В современном мире цифровизация стала основной частью различных сфер деятельности, включая туризм. Развитие информационных технологий и интернета привело к значительным изменениям в способах путешествий и организации туристической индустрии. В связи с этим, вопрос о роли цифровизации в развитии регионального туризма становится особенно актуальным.

Калининградская область, расположенная на западе России, обладает уникальным географическим положением и богатым культурным наследием. Она является привлекательным туристическим направлением, привлекающим как отечественных, так и иностранных туристов. Однако, для полного раскрытия своего потенциала и привлечения большего числа посетителей, региону необходимо активно использовать возможности цифровизации.

Цифровизация в туризме предоставляет широкий спектр инструментов и ресурсов, которые могут значительно улучшить качество и доступность туристических услуг. Туристические порталы, электронные путеводители, виртуальные туры и интерактивные карты – всё это позволяет туристам получить более полную информацию о регионе, выбрать наиболее подходящие маршруты и максимально комфортно спланировать своё путешествие.

Кроме того, цифровые технологии позволяют региональным туристическим организациям эффективно продвигать свои услуги и достопримечательности, привлекать новых клиентов, улучшать узнаваемость бренда и повышать имидж. Социальные сети, интернет-реклама, мобильные приложения - все это открывает новые возможности для привлечения внимания туристов и создания уникального туристического продукта.

Роль цифровизации в развитии регионального туризма является неоспоримой. Исследование опыта Калининградской области в этой области позволит выявить успешные практики и проблемы, а также

предложить рекомендации по оптимальному использованию цифровых технологий для развития туризма в регионе. Это имеет большое значение для устойчивого развития туристической индустрии и повышения конкурентоспособности Калининградской области на международном туристическом рынке.

Обзор литературы

Роль цифровизации в развитии регионального туризма привлекает все большее внимание исследователей. Множество научных работ и публикаций посвящены изучению влияния цифровых технологий на туристическую индустрию и их важность в развитии регионального туризма. Для детального погружения в тематику, необходимо рассмотреть работы отечественных и зарубежных авторов, которые вносят значительный вклад в изучение данной темы.

Среди отечественных авторов, следует отметить работы Арефьева А.С. [1], который исследует платформизацию как инструмент управления цифровой трансформацией в сфере туризма. Архипова А.А. [2] рассматривает цифровую экосистему в индустрии туризма. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. [3] исследуют цифровую экономику в индустрии туризма и гостеприимства, а Кропинова Е.Г. [4] изучают внедрение цифровизации в туристическую сферу на примере Калининградской области и приграничных территорий Польши и Литвы. Бритвина В.В., Шабалина Н.В., Дусенко С.В., Седенков С.Е., Шинков С.О. [5] исследуют внедрение инноваций для повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий. Гаврилов А.Ю. [6] рассматривает информационные технологии как эффективный инструмент развития туризма. Макарова Д.Д., Магжанова Л.П., Марутько С.С. [7] исследуют инновационные услуги в гостиничном бизнесе как инструмент повышения конкурентоспособности. Михайлова А.А., Хвалей Д.В. [8] изучают географию мобильного интернета в приграничных регионах России. Морозов М.А., Морозова Н.С. [9] представляют концепцию цифровой экосистемы индустрии

туризма и гостеприимства.

Одной из основных концепций, связанных с цифровизацией в туризме, является понятие «цифровой туризм». Цифровой туризм охватывает широкий спектр технологий и инноваций, которые применяются для улучшения туристического опыта и развития туристической индустрии. Следует отметить работы авторов Богомазова И.В. [3], Е.Г. Кропинова [4], Шнепс-Шнеппе М.А. [13].

Среди исследований посвящённых цифровизации следует отметить работы зарубежных учёных Kim H. и Fesenmaier D.R. [17], Marquesani F. и Mascarelli F. [19], Pradhan B. и Roy M. [20], Festa G. и соавт. [16]). Их исследования также вносят важный вклад в изучение цифровизации в туризме.

Исследования также подчёркивают важность цифрового маркетинга и продвижения туристических услуг и достопримечательностей. Социальные сети, интернет-реклама, поисковые системы - все это становится неотъемлемой частью маркетинговых стратегий в туризме. Цифровые технологии позволяют туристическим организациям эффективно достигать своей целевой аудитории и привлекать новых клиентов. В работах Погодиной И.В. [12], Черевичко Т., Темякова Т., Земцова С.П., Демидовой К.В. и Кичаева Д.Ю. [21] рассматриваются вопросы цифрового маркетинга и его влияние на туристическую индустрию.

Опыт других регионов и стран также является важным источником информации о применении цифровых технологий в туризме. Некоторые страны, такие как Япония, Южная Корея и Сингапур, активно используют цифровые инновации для развития туризма. В этих странах цифровые технологии применяются для создания уникальных туристических продуктов, улучшения сервиса и повышения удовлетворённости туристов.

Однако, несмотря на все преимущества цифровизации в туризме, существуют и некоторые проблемы, и ограничения. Некоторые исследования указывают на недостаточную информационную грамотность

туристов, а также на проблемы конфиденциальности и безопасности при использовании цифровых технологий.

Таким образом, обзор литературы позволяет увидеть широкий спектр исследований и практических примеров, связанных с ролью цифровизации в развитии регионального туризма. Это позволяет более глубоко понять теоретические основы и практические аспекты цифровизации в туризме, а также использовать опыт других регионов и стран для разработки рекомендаций по оптимальному использованию цифровых технологий в развитии туризма Калининградской области.

Роль цифровизации в развитии регионального туризма

В настоящее время цифровизация стала главной частью развития различных отраслей экономики, и туризм одна из таких частей. Однако, понятие «цифровизация» в контексте туризма требует более детального определения и изучения.

Цифровизация в туризме означает использование современных информационно-коммуникационных технологий для улучшения качества и эффективности туристических услуг, а также для создания новых возможностей и привлечения большего числа туристов. Она включает в себя такие аспекты, как разработка и использование онлайн-сервисов и приложений, автоматизация процессов, внедрение искусственного интеллекта и аналитики данных.

Роль цифровизации в развитии регионального туризма особенно важна для Калининградской области. Этот регион обладает уникальными природными и культурными достопримечательностями, которые привлекают туристов со всего мира. Однако, для полного раскрытия потенциала туризма в Калининградской области необходимо использовать современные цифровые технологии.

Цифровизация в Калининградской области может способствовать улучшению доступности информации о туристических объектах и услугах. Благодаря цифровым платформам и приложениям, туристы

смогут получить актуальную информацию о достопримечательностях, маршрутах, гостиницах и ресторанах, а также организовать свои поездки более эффективно.

Кроме того, цифровизация может способствовать улучшению качества обслуживания туристов. Внедрение искусственного интеллекта и аналитики данных позволит предсказывать потребности и предпочтения туристов, а также предлагать персонализированные рекомендации и предложения.

Цифровизация позволяет улучшить доступность информации, повысить качество обслуживания и создать уникальный опыт для туристов. Поэтому, разработка и внедрение цифровых технологий в туризме является необходимым шагом для развития этой отрасли и привлечения большего числа туристов в регион.

Анализ влияния цифровизации на развитие туризма в мировом масштабе

В настоящее время цифровизация стала ключевым фактором в развитии различных отраслей экономики, включая туризм. В мировом масштабе цифровизация туризма имеет огромный потенциал для улучшения качества и эффективности туристических услуг, а также для создания новых возможностей и привлечения большего числа туристов.

Одним из основных аспектов цифровизации в туризме является разработка и использование онлайн-сервисов и приложений. Такие платформы позволяют туристам получать доступ к актуальной информации о достопримечательностях, маршрутах, гостиницах и ресторанах, а также планировать и бронировать свои поездки.

Ещё одним важным аспектом цифровизации в туризме является автоматизация процессов. Автоматизация позволяет упростить и ускорить процессы бронирования, оплаты и оформления документов, что значительно повышает удобство и эффективность для туристов. Кроме того, автоматизация позволяет сократить затраты на обслуживание и улучшить качество обслуживания.

Искусственный интеллект и аналитика

данных необходимы успехов в развитии цифровизации туризма. Они позволяют предсказывать потребности и предпочтения туристов, а также анализировать большие объёмы данных для выявления тенденций и понимания поведения туристов. Это позволяет туристическим компаниям и регионам предлагать более персонализированные и целевые предложения, что способствует привлечению большего числа туристов.

Опыт Калининградской области в развитии регионального туризма с использованием цифровых технологий является примером успешной практики. Внедрение интернет-платформ и приложений, автоматизация процессов и использование искусственного интеллекта позволили значительно улучшить доступность информации, качество обслуживания и создать уникальный опыт для туристов. Это привело к увеличению числа туристов, а также к развитию туристической инфраструктуры и экономики региона.

Анализ влияния цифровизации на развитие туризма в мировом масштабе подтверждает её важность и потенциал для улучшения качества и эффективности туристических услуг. Опыт Калининградской области является примером успешной реализации цифровых технологий в развитии регионального туризма. Поэтому, разработка и внедрение цифровых технологий в туризме является необходимым шагом для развития этой отрасли и привлечения большего числа туристов в регион. Цифровизация является одним из ключевых факторов, определяющих развитие современного общества. В сфере туризма цифровые технологии играют особую роль, обеспечивая удобство и доступность для туристов, а также повышая эффективность управления туристическими ресурсами.

Методы и методология

Для оценки текущего уровня цифровизации в региональном туризме Калининградской области был разработан комплексный подход, включающий анализ доступности цифровых технологий для

туристов, оценку электронной инфраструктуры и использование цифровых инструментов в управлении туристическими ресурсами. Собранные данные были размещены в табл. 1–3.

В данном разделе статьи представлены методы и методология, использованные для проведения сравнительного анализа цифровизации в региональном туризме Калининградской области. Данный анализ основывается на трех таблицах, которые содержат оценку доступности цифровых технологий для туристов, оценку электронной инфраструктуры в региональном туризме и оценку использования цифровых инструментов в управлении туристическими ресурсами.

Для проведения анализа доступности цифровых технологий для туристов (табл. 1) использован критерий уровня доступности относительно регионов России. Данный критерий оценён по трём пунктам: высокий, средний и низкий. Оценка основывается на наличии и качестве цифровых инфраструктурных решений, таких как мобильное приложение для туристов, интерактивные карты, информационные порталы и другие средства, обеспечивающие доступность и удобство использования цифровых технологий для туристов.

Оценка электронной инфраструктуры в региональном туризме (табл. 2) проведена с использованием критерия уровня развития относительно регионов России. Данный критерий также был оценён по трём пунктам: высокий, средний и низкий. Оценка основывается на наличии и развитии цифровых инструментов, таких как системы онлайн-бронирования, электронные платформы для туристических услуг, электронные билеты и другие средства, обеспечивающие эффективное использование электронной инфраструктуры в региональном туризме.

Для оценки использования цифровых инструментов в управлении туристическими ресурсами (табл. 3) использован критерий уровня использования инструмента электронной инфраструктуры.

Критерий также был оценён по трём пунктам: высокий, средний и низкий. Оценка основывается на степени использования цифровых инструментов, таких как системы управления туристическими объектами, электронные системы информирования туристов, системы аналитики и другие средства, обеспечивающие эффективное управление туристическими ресурсами с использованием цифровых технологий.

Сравнительный анализ цифровизации в региональном туризме Калининградской области основывается на описанных методах и методологии. Анализ позволяет оценить уровень развития цифровых технологий и их использования в региональном туризме Калининградской области, а также сравнить его с другими регионами России.

Сравнительный анализ цифровизации в региональном туризме Калининградской области (табл. 4) представляет собой сравнительный анализ позитивных и негативных аспектов явления цифровизации в региональном туризме. В колонке «Позитивные аспекты» приводятся преимущества и положительные результаты, достигнутые благодаря цифровизации в туризме. В колонке «Негативные аспекты» указываются проблемы и недостатки, которые возникли в результате цифровизации. В колонке «Рекомендации по улучшению» предлагаются рекомендации и предложения по улучшению цифровизации в региональном туризме Калининградской области.

Анализ показал, что в региональном туризме Калининградской области имеется определённый уровень цифровизации, однако он всё ещё оставляет много желать лучшего. В настоящее время доступность цифровых технологий для туристов ограничена, особенно в отдалённых районах области. Электронная инфраструктура также нуждается в дальнейшем развитии, чтобы обеспечить бесперебойную работу цифровых сервисов и удовлетворить потребности туристов.

Однако было выявлено, что в управлении туристическими ресурсами Калининградской области уже используются цифро-

вые инструменты, такие как системы онлайн-бронирования и электронные платформы для продвижения туристических услуг. Это позволяет повысить эффективность работы и улучшить качество предоставляемых услуг.

Таблица 1 – Анализ доступности цифровых технологий для туристов

Table 1 – Analysis of the digital technologies' accessibility for tourists

<i>Технология</i>	<i>Описание возможностей для туристов</i>	<i>Уровень доступности относительно регионов России</i>
Мобильное приложение для туристов	Позволяет получать информацию о достопримечательностях, маршрутах, событиях, бронировать экскурсии и отели, оставлять отзывы и рейтинг	Высокий
Электронные билеты и бронирование	Позволяет туристам бронировать билеты на транспорт, мероприятия, отели и другие услуги онлайн	Высокий
Wi-Fi доступность	Наличие бесплатных Wi-Fi точек в туристических зонах и гостиницах	Средний
Интерактивные карты и навигация	Предоставляют туристам информацию о местоположении, маршрутах, ближайших достопримечательностях	Средний
Онлайн-гиды и аудиогиды	Позволяют туристам получать информацию о достопримечательностях через мобильные приложения или аудиогиды	Средний
Виртуальные туры	Предоставляют возможность ознакомиться с достопримечательностями виртуально	Низкий
Электронные информационные стенды	Предоставляют туристам информацию о достопримечательностях, событиях и услугах	Низкий
Интерактивные музеи и выставки	Предоставляют интерактивные возможности для изучения и погружения в историю и культуру региона	Низкий
Онлайн-бронирование экскурсий	Позволяет туристам бронировать экскурсии и групповые программы онлайн	Низкий
Электронные путеводители	Предоставляют туристам информацию о достопримечательностях, маршрутах и советы для путешествий	Низкий

Таблица 2 – Оценка электронной инфраструктуры в региональном туризме

Table 2 – Assessment of electronic infrastructure in regional tourism

<i>Категория инфраструктуры</i>	<i>Описание текущего состояния и потенциала развития</i>	<i>Уровень развития относительно регионов России</i>
Интернет-соединение	В регионе имеется широкополосное интернет-покрытие, однако скорость соединения может быть ниже среднего уровня. Есть потенциал для улучшения скорости и стабильности интернет-соединения	Средний
Мобильная связь	Мобильная связь в регионе хорошо развита, покрытие сотовых сетей практически повсеместное. Есть потенциал для внедрения новых технологий, таких как 5G, для улучшения качества связи	Высокий
Wi-Fi в общественных местах	Наличие бесплатного Wi-Fi в общественных местах ограничено. Есть потенциал для расширения покрытия Wi-Fi и предоставления более стабильного и быстрого интернет-соединения для туристов	Средний
Электронные путеводители	Наличие электронных путеводителей с информацией о достопримечательностях и маршрутах ограничено. Есть потенциал для разработки и распространения более широкого спектра электронных путеводителей для удобства туристов	Низкий
Онлайн-бронирования	Возможность электронного бронирования отелей и экскурсий предоставляется, однако не все предприятия туристической индустрии имеют такую возможность. Есть потенциал для расширения электронной бронировки и улучшения её удобства и доступности	Средний

Таблица 3 – Использование цифровых инструментов в управлении туристическими ресурсами

Table 3 – Using digital tools in tourism resource management

Инструмент	Область применения	Описание преимуществ и ограничений использования	Уровень использования инструмента электронной инфраструктуры
Веб-сайт	Маркетинг	Позволяет предоставлять информацию о туристических ресурсах, услугах и событиях. Ограничение - требует постоянного обновления и поддержки	Высокий
Мобильное приложение	Бронирование	Упрощает процесс бронирования туристических услуг и предоставляет удобный доступ к информации о достопримечательностях. Ограничение - требует установки приложения на мобильное устройство	Средний
Электронная почта	Информационное обслуживание	Позволяет предоставлять информацию о туристических ресурсах и услугах по запросу. Ограничение - могут возникнуть проблемы с доставкой и обработкой писем	Низкий
Социальные сети	Маркетинг	Позволяют привлекать и взаимодействовать с целевой аудиторией, делиться информацией о туристических ресурсах. Ограничение - требуют активного участия и контроля со стороны администраторов	Высокий
Аналитические инструменты	Маркетинг	Позволяют анализировать данные о посетителях и эффективности маркетинговых кампаний. Ограничение - требуют навыков работы с аналитическими инструментами	Средний

Таблица 4 – Сравнительный анализ цифровизации в региональном туризме Калининградской области

Table 3 – Comparative analysis of digitalization in regional tourism Kaliningrad region

Позитивные аспекты цифровизации	Негативные аспекты цифровизации	Рекомендации по улучшению
Большой потенциал для развития цифровых технологий в туристической индустрии	Недостаточное количество квалифицированных специалистов в сфере IT и разработки программного обеспечения	Увеличить инвестиции в образование и подготовку IT-специалистов
Наличие высокоскоростного интернета во многих районах области	Ограниченный доступ к высокоскоростному интернету в некоторых отдалённых районах области	Расширить инфраструктуру высокоскоростного интернета в отдалённых районах
Разработка и внедрение новых цифровых сервисов для туристов, таких как мобильные приложения и онлайн-платформы	Низкая осведомлённость туристов о возможностях цифровых сервисов и приложений	Проводить информационные кампании и рекламные акции для повышения осведомлённости туристов
Создание интерактивных музеев и аттракционов, использующих технологии виртуальной реальности	Отсутствие достаточного финансирования на развитие цифровой инфраструктуры в регионе	Привлечь инвестиции для развития цифровой инфраструктуры и создания новых интерактивных объектов
Удобство использования электронных карт и навигационных систем для ориентирования в регионе	Недостаточное количество качественных цифровых продуктов и контента для привлечения туристов	Развивать и совершенствовать цифровые продукты и контент, чтобы привлечь больше туристов

Текущий уровень цифровизации в региональном туризме Калининградской области требует дальнейшего развития и совершенствования. Необходимо улучшить

доступность цифровых технологий для туристов, особенно в отдалённых районах области, а также развивать электронную инфраструктуру. В то же время,

использование цифровых инструментов в управлении туристическими ресурсами уже даёт положительные результаты и должно быть продолжено.

Дискуссия

Одним из ключевых факторов, способствующих развитию туризма в Калининградской области, является внедрение цифровых технологий и инноваций. В последние годы в регионе были реализованы различные проекты, направленные на привлечение туристов, улучшение сервиса и развитие инфраструктуры.

Одной из наиболее значимых цифровых технологий, внедрённых в туристическую отрасль Калининградской области, является использование мобильных приложений. Туристы могут скачать специальные приложения, которые предоставляют информацию о достопримечательностях, маршрутах, рекомендациях и других полезных сведениях. Это позволяет туристам лучше ориентироваться в городе, получать актуальную информацию и создаёт более персонализированный опыт путешествия.

Кроме того, цифровизация также способствовала развитию инфраструктуры в Калининградской области. Были внедрены системы умного и безопасного города, которые обеспечивают более эффективное управление транспортной инфраструктурой, общественными местами и безопасностью. Это создаёт комфортные условия для туристов и способствует привлечению новых посетителей.

В целом, внедрение цифровых технологий и инноваций в туристическую отрасль Калининградской области оказало положительное влияние на развитие туризма. Оно способствует привлечению большего числа туристов, улучшению качества предоставляемых услуг и развитию инфраструктуры. Однако, необходимо учитывать потенциальные ограничения и проблемы, связанные с безопасностью данных, доступностью для всех категорий туристов и необходимостью постоянного обновления и поддержки цифровых решений.

Однако, цифровизация также имеет

свои ограничения и проблемы. Одной из основных проблем является безопасность данных. С ростом использования цифровых технологий возникает угроза хакерских атак и утечки личной информации туристов. Поэтому необходимо обеспечить надёжную защиту данных и принять соответствующие меры безопасности. Ещё одной проблемой является доступность цифровых решений для всех категорий туристов. Некоторые люди могут испытывать трудности с использованием мобильных приложений или онлайн-сервисов из-за возраста, ограниченной технической грамотности или отсутствия доступа к интернету. Важно разработать альтернативные способы получения информации и услуг для таких категорий туристов.

Также следует обратить внимание на проблему вовлеченности туристов. Виртуальные туры и другие цифровые решения могут заменить некоторые аспекты реального путешествия, что может привести к уменьшению мотивации туристов посещать реальные места. Поэтому важно создавать баланс между цифровым и реальным опытом, чтобы сохранить интерес и вовлеченность туристов.

Для улучшения использования цифровых технологий в туристической отрасли Калининградской области необходимо продолжить развитие цифровой инфраструктуры. Это включает в себя расширение доступа к широкополосному интернету, установку бесплатных Wi-Fi точек в популярных туристических местах и обновление технической базы для поддержки цифровых решений.

Важно активно взаимодействовать с частным сектором, в том числе с туристическими компаниями, гостиницами и ресторанами, для разработки и внедрения инновационных цифровых решений. Это может включать создание партнёрских программ, обмен опытом и ресурсами, а также совместную разработку новых цифровых продуктов и услуг.

Сотрудничество с образовательными учреждениями может способствовать

развитию и внедрению новых цифровых технологий в туристическую отрасль. Необходимо поддерживать исследования в области цифрового туризма, организовывать обучающие программы и курсы для специалистов в сфере туризма, а также создавать площадки для обмена знаниями и опытом.

Государственные органы должны активно поддерживать развитие цифровизации в туристической отрасли. Это может включать создание специальных программ и фондов для финансирования цифровых проектов, разработку нормативных актов, регулирующих использование цифровых технологий в туризме, а также проведение информационных кампаний для повышения осведомлённости о возможностях цифровизации.

Эти меры помогут улучшить использование цифровых технологий в туристической отрасли и способствовать дальнейшему развитию туризма в регионе.

Опыт Калининградской области в цифровизации регионального туризма

В настоящее время цифровые технологии очень важны для привлечения туристов в различные регионы мира. Калининградская область не является исключением и активно использует цифровые инструменты для привлечения туристического потока.

Одним из основных способов использования цифровых технологий в привлечении туристов является создание и продвижение туристических сайтов и приложений. Калининградская область разработала собственный туристический портал, который предоставляет информацию о достопримечательностях, маршрутах, размещении и других важных аспектах путешествия. Кроме того, было разработано мобильное приложение, которое позволяет туристам получать актуальную информацию о мероприятиях, экскурсиях и других интересных событиях в регионе.

Калининградская область активно развивает цифровую инфраструктуру в туристической отрасли. Одним из таких проектов является создание бесплатных Wi-Fi зон в популярных туристических местах. Это

позволяет туристам оставаться на связи, делиться впечатлениями в социальных сетях и получать доступ к информации о регионе.

Кроме того, в Калининградской области было создано мобильное приложение «GoKaliningrad», которое предоставляет туристам подробную информацию о достопримечательностях, маршрутах и других интересных местах. Это позволяет туристам самостоятельно планировать своё путешествие и получать актуальную информацию в режиме реального времени.

Одним из примеров успешной реализации цифровых решений в региональном туризме Калининградской области является раздел на туристическом портале «3D – туры по объектам Калининградской области». Этот раздел предлагает туристам возможность познакомиться с достопримечательностями региона с помощью виртуальной реальности. Туристы могут пройти виртуальный тур по историческим местам, музеям и другим интересным объектам, не выходя из дома. Это позволяет привлечь внимание туристов и вызвать интерес к посещению региона.

Ещё одним успешным проектом является использование квадрокоптеров для создания видео-экскурсий по Калининградской области. Современная техника позволяет снять красивые панорамные видео, которые затем используются для привлечения туристов. Это позволяет показать регион с новой, необычной стороны и вызвать интерес у потенциальных посетителей.

Таким образом, Калининградская область активно использует цифровые технологии для привлечения туристов и развития туристической отрасли. Создание туристических сайтов и приложений, развитие цифровой инфраструктуры и реализация инновационных проектов позволяют привлечь внимание туристов и сделать посещение региона более комфортным и интересным.

Внедрение цифровых технологий в региональный туризм стало одним из основных факторов развития отрасли. Однако, несмотря на потенциал, существуют

определённые препятствия и ограничения, которые затрудняют полноценное использование цифровых технологий в этой сфере.

Одним из основных препятствий является недостаточная информационная осведомлённость и низкая цифровая грамотность среди представителей туристической индустрии и населения региона. Многие туристические компании и организации не имеют достаточных знаний и навыков для эффективного использования цифровых инструментов и платформ. Это приводит к недостаточной эффективности и конкурентоспособности регионального туризма.

Цифровизация предоставляет значительный потенциал для улучшения качества туристических услуг и повышения конкурентоспособности региона. Внедрение цифровых технологий позволяет автоматизировать процессы бронирования и оплаты услуг, что упрощает и ускоряет процесс для туристов. Кроме того, цифровые инструменты позволяют предоставлять персонализированные рекомендации и предложения, учитывая предпочтения и потребности каждого туриста.

Цифровизация также способствует улучшению взаимодействия между туристами и туристическими компаниями. С помощью онлайн-сервисов и приложений туристы могут получать актуальную информацию о достопримечательностях, маршрутах, событиях и других туристических объектах. Это позволяет создать более глубокий и насыщенный опыт для туристов и повысить их удовлетворённость от посещения региона.

Для успешного развития цифровизации в региональном туризме Калининградской области необходимо принять ряд мер.

Во-первых, необходимо провести обучение и повышение цифровой грамотности среди представителей туристической индустрии и населения региона. Это поможет повысить эффективность использования цифровых инструментов и улучшить качество туристических услуг.

Во-вторых, необходимо развивать

цифровую инфраструктуру в регионе. Это включает улучшение доступа к высокоскоростному интернету и расширение покрытия сетью мобильной связи. Это позволит улучшить доступ туристов к информации и услугам, а также повысить конкурентоспособность региона.

В-третьих, необходимо активно привлекать инвестиции в развитие цифровых технологий в региональном туризме. Это позволит создать новые цифровые платформы и приложения, которые будут способствовать улучшению качества туристических услуг и повышению конкурентоспособности региона.

Цифровизация представляет значительный потенциал для развития регионального туризма. Однако, для полноценного использования этого потенциала необходимо преодолеть препятствия и ограничения, а также принять меры по развитию цифровой инфраструктуры и повышению цифровой грамотности в сфере туризма.

Важно отметить, что цифровизация должна быть доступна и удобна для всех категорий туристов, включая людей с ограниченными возможностями. Поэтому необходимо уделить внимание разработке специальных цифровых решений, которые будут адаптированы для людей с различными потребностями и особенностями.

В целом, развитие цифровой инфраструктуры, повышение цифровой грамотности и создание единых цифровых платформ - ключевые шаги к успешной цифровизации регионального туризма. Это позволит привлечь больше туристов, улучшить качество обслуживания и создать новые возможности для развития туристического бизнеса.

Выводы

Цифровизация играет важную роль в развитии регионального туризма, обеспечивая удобство и доступность информации для туристов. Внедрение цифровых технологий позволяет улучшить качество обслуживания, повысить эффективность работы туристических предприятий и улучшить взаимодействие между туристами и

местными жителями.

Калининградская область активно внедряет цифровые технологии в сферу туризма. Создание цифровых платформ, таких как мобильные приложения, веб-сайты и социальные сети, позволяет туристам получать актуальную информацию о достопримечательностях, маршрутах, местах размещения и других туристических услугах. Это способствует привлечению большего числа туристов и улучшению их опыта посещения региона.

Дальнейшие исследования в области цифровизации регионального туризма в Калининградской области могут быть направлены на следующие аспекты.

Исследование потребностей и предпочтений туристов в отношении цифровых технологий. Следует провести опросы и интервьюирование туристов, чтобы выявить их ожидания и предпочтения относительно использования онлайн-систем во время посещения региона.

Исследование влияния цифровизации на экономический рост регионального туризма. Необходимо провести анализ экономических показателей, таких как объёмы инвестиций, прибыльность туристических предприятий и количество рабочих мест, и оценить их связь с внедрением цифровых технологий.

Исследование влияния цифровизации на сохранение и продвижение культурного наследия региона. Следует изучить, как цифровые технологии могут быть использованы для сохранения и популяризации исторических и культурных достопримечательностей Калининградской области.

В целом дальнейшие исследования в области цифровизации регионального туризма в Калининградской области могут способствовать развитию инновационных подходов к улучшению туристического опыта и привлечению большего числа туристов в регион.

Список источников

1. Арёфьев А.С. «Платформизация» как инструмент управления цифровой трансформацией в сфере туризма // Теоретическая и прикладная экономика. 2020. №3. С. 22–34.
2. Архипова А.А. Цифровая экосистема в индустрии туризма // Modern Science. 2020. № 7–2. С. 38–42.
3. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. №3(85). С. 34–47. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10303.
4. Бочков А.Ю., Кропинова Е.Г. Внедрение цифровизации в туристическую сферу на примере Калининградской области и приграничных территорий Польши и Литвы // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2023. Т.9. №1. С. 184–194.
5. Бритвина В.В., Шабалина Н.В., Дусенко С.В., Седенков С.Е., Шинков С.О. Внедрение инноваций для повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий // Научное обозрение. 2016. №2. С. 96–99.
6. Гаврилов А.Ю. Информационные технологии – эффективный инструмент развития туризма // Туризм: право и экономика. 2004. №1. С. 16–17.
7. Макарова Д.Д., Магжанова Л.П., Марутько С.С. Инновационные услуги в гостиничном бизнесе как инструмент повышения конкурентоспособности // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т.10. №2(63). С. 173–186.
8. Михайлова А.А., Хвалец Д.В. География мобильного интернета в приграничных регионах России // Балтийский регион. 2023. Т.15. №3. С. 140–166.
9. Морозов М.А., Морозова Н.С. Концепция цифровой экосистемы индустрии туризма и гостеприимства // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т.14. №4. С. 27–36. DOI: 10.24411/1995-0411-2020-10402.
10. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. М.: Академия, 2004. 240 с.

11. Морозов М.М., Савин М.А. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях как способ продвижения турпродукта // Туризм и региональное развитие: Сб. науч. ст. Вып.10. Смоленск: Универсум, 2017. С. 73–76.
12. Погодина И.В., Кулакова О.С. Цифровой туристический продукт: правовое регулирование новой реальности // Туризм: право и экономика. 2021. №2. С. 3–7.
13. Шнепс-Шнеппе М.А. Как строить умный город. Ч.1. Проект "Smart Cities and Communities" в Программе ЕС Horizon 2020 // International Journal of Open Information Technologies. 2016. №1. С. 12–20.
14. Шнепс-Шнеппе М.А. Как строить умный город. Ч.2. Организация "oneM2M" как прототип в области стандартов умного города // International Journal of Open Information Technologies. 2016. №2. С. 11–15.
15. Черевичко Т.В., Темякова Т.В. Парадокс цифровизации туризма // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2023. Т.23. №3. 2023. С. 246–254.
16. Festa G., Cuomo M., Genovino C., Alam G.M., Rossi M. Digitalization as a driver of transformation towards sustainable performance in wine tourism – the Italian case // British Food Journal. 2023. Vol.125. Pp. 3456–3467. DOI: 10.1108/BFJ-06-2022-0475.
17. Kim H., Fesenmaier D.R. Persuasive design of destination web sites: An analysis of first impression // Journal of Travel Research. 2008. Vol.47. Iss.1. Pp. 3–13.
18. Kuchumov A., Testina Y., Egorova S., Kulakova N. Prospective Avenues for Digitalization of Tourism in Russia // Digital Transformation on Manufacturing, Infrastructure & Service: DTMIS 2022: Lecture Notes in Networks and Systems. 2023. Pp. 230-247. DOI: 10.1007/978-3-031-32719-3_17.
19. Marchesani F., Masciarelli F. Synergies between Tourism Ecosystem and Smart City Development: Digitalization and Sustainable Pathways // AISRe Conference 2023. Naples, 2023.
20. Pradhan B., Roy M. Digitalization: a holistic strategy for the development of domestic tourism in India // In book: Operational Transformation in Tourism and Hospitality. New Delhi: Bharati Publications, 2022. Pp. 51–63.
21. Zemtsov, S.P., Demidova, K.V., Kichaev, D.Yu. Internet diffusion and interregional digital divide in Russia: trends, factors, and the influence of the pandemic // Baltic Region. 2022. Vol.14. Iss.4. Pp. 57–78. DOI: 10.5922/2079-8555-2022-4-4.

References

1. Arefiev, A. S. (2020). "Platformizatsiya" kak instrument upravleniya tsifrovoy transformatsiej v sfere turizma ["Platformization" as a tool for managing digital transformation in the tourism industry]. *Teoreticheskaya i prikladnaya ekonomika [Theoretical and Applied Economics]*, 3, 22-34. (In Russ.).
2. Arkhipova, A. A. (2020). Tsifrovaya ekosistema v industrii turizma [Digital ecosystem in the tourism industry]. *Modern Science*, 7-2, 38-42. (In Russ.).
3. Bogomazova, I. V., Anoprieva, E. V., & Klimova, T. B. (2019). Tsifrovaya ekonomika v industrii turizma i gostepriimstva: tendentsii i perspektivy [Digital economy in the tourism and hospitality industry: trends and prospects]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 3(85), 34-47. doi: 10.24411/1995-042X-2019-10303. (In Russ.).
4. Bochkov, A. Yu., & Kropinova, E. G. (2023). Vnedrenie tsifrovizatsii v turisticeskuyu sferu na primere Kaliningradskoj oblasti i prigranichnyh territorij Polishi i Litvy [Implementation of digitalization in the tourism industry using the example of the Kaliningrad region and the border territories of Poland and Lithuania]. *Geopolitika i ekogeodinamika regionov [Geopolitics and Ecogeodynamics of Regions]*, 9(1), 184-194. (In Russ.).
5. Britvina, V. V., Shabalina, N. V., Dusenkov, S. V., Sedenkov, S. E., & Shinkov, S. O. (2016). Vnedrenie innovatsij dlya povysheniya konkurentosposobnosti gostinichnyh predpriyatij [Implementation of innovations to enhance the competitiveness of hotel enterprises]. *Nauchnoe obozrenie [Scientific Review]*, 2, 96-99. (In Russ.).
6. Gavrilov, A. Yu. (2004). Informatsionnye tehnologii – effektivnyj instrument razvitiya turizma [Information technologies as an effective tool for tourism development]. *Turizm: pravo i ekonomika [Tourism: Law and Economics]*, 1, 16-17. (In Russ.).

7. Makarova, D. D., Magzhanova, L. P., & Marutko, S. S. Innovatsionnye uslugi v gostinichnom biznese kak instrument povysheniya konkurentosposobnosti [Innovative services in the hotel business as a tool to increase competitiveness]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 10(2/63), 173-186. (In Russ.).
8. Mikhailova, A. A., & Khvalei, D. V. (2023). Geografiya mobilnogo interneta v prigranichnykh regionakh Rossii [Geography of mobile internet in border regions of Russia]. *Baltiyskij region [Baltic Region]*, 15(3), 140-166. (In Russ.).
9. Morozov, M. A., & Morozova, N. S. (2020). Informatsionnye tekhnologii v sotsialno-kulturnom servise i turizme [The concept of the digital ecosystem of the tourism and hospitality industry]. *Sovremennyye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 14(4), 27-36. doi: 10.24411/1995-0411-2020-10402. (In Russ.).
10. Morozov, M. A., & Morozova, N. S. (2004). *Informatsionnye tekhnologii v sotsialno-kulturnom servise i turizme [Information technologies in social and cultural services and tourism]*. Moscow: Academy. (In Russ.).
11. Morozov, M. M., & Savin, M. A. (2017). Marketingovye kommunikatsii v sotsialnykh setyakh kak sposob prodvizheniya turprodukta [Marketing communications in social networks as a means of promoting a tourist product]. *Turizm i regionalnoe razvitiye [Tourism and Regional Development]: Collection of Scientific Articles*, 10, 73-76. (In Russ.).
12. Pogodina, I. V., & Kulakova, O. S. (2021). Tsifrovoy turistscheskiy produkt: pravovoe regulirovanie novoy realnosti [Digital tourist product: legal regulation of the new reality]. *Turizm: pravo i ekonomika [Tourism: Law and Economics]*, 2, 3-7. (In Russ.).
13. Shneps-Shneppa, M. A. (2016). Kak stroit' umnyj gorod. Ch.1. Proekt "Smart Cities and Communities" v Programme ES Horizon 2020 [How to build a smart city. Part 1. "Smart Cities and Communities" project in the EU Horizon 2020 Program]. *International Journal of Open Information Technologies*, 1, 12-20. (In Russ.).
14. Shneps-Shneppa, M. A. (2016). Kak stroit' umnyj gorod. Ch.2. Organizatsiya "oneM2M" kak prototip v oblasti standartov umnogo goroda [How to build a smart city. Part 2. Organization "oneM2M" as a prototype in the field of smart city standards]. *International Journal of Open Information Technologies*, 2, 11-15. (In Russ.).
15. Cherevichko, T., & Temyakova, T. (2023). Paradoks tsifrovizatsii turizma [Tourism digitalization paradox]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo [Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law]*, 23, 246-254. (In Russ.).
16. Festa, G., Cuomo, M., Genovino, C., Alam, G. M., & Rossi, M. (2023). Digitalization as a driver of transformation towards sustainable performance in wine tourism – the Italian case. *British Food Journal*, 125, 3456-3467. doi: 10.1108/BFJ-06-2022-0475.
17. Kim, H., & Fesenmaier, D. R. (2008). Persuasive design of destination websites: An analysis of first impression. *Journal of Travel Research*, 47(1), 3-13.
18. Kuchumov, A., Testina, Y., Egorova, S., & Kulakova, N. Prospective Avenues for Digitalization of Tourism in Russia. In coll.: *Digital Transformation on Manufacturing, Infrastructure & Service: DTMIS 2022: Lecture Notes in Networks and Systems*, 230-247. doi: 10.1007/978-3-031-32719-3_17.
19. Marquesani, F., & Mascarelli, F. (2023). Synergies between the tourism ecosystem and the development of smart cities: digitalization and sustainable paths. In coll.: *AISRe Conference 2023*. Naples.
20. Pradhan, B., & Roy, M. (2022). Digitalization: a holistic strategy for the development of domestic tourism in India. In book: *Operational Transformation in Tourism and Hospitality*. New Delhi: Bharati Publications, 51–63.
21. Zemtsov, S. P., Demidova, K. V., & Kichaev, D. Yu. (2022). Internet diffusion and interregional digital inequality in Russia: trends, factors, and the impact of the pandemic. *Baltic Region Journal*, 14(4), 57-78. doi: 10.5922/2079-8555-2022-4-4.

КОМАРНИЦКАЯ Татьяна Викторовна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
аспирант; e-mail: tkomarnitskaya@mail.ru*

ПРОЕКТЫ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОГО ТУРИЗМА КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Проекты профориентационного туризма являются одним из самых действенных и доступных инструментов в работе местных органов управления по развитию кадрового потенциала регионов. Работа с молодёжью становится одной из приоритетных задач на сегодняшний день. Эффективность этой работы можно проследить по уже имеющимся результатам внедрения профориентационных проектов. Цель исследования заключается в изучении возможностей профориентации школьников как инструмента сохранения и закрепления кадров в регионе. В работе были использованы методы сравнительного анализа для сопоставления ежегодных результатов анкетирования участников профориентационного проекта, картографический метод для наглядной презентации распределения объектов профориентационного туризма на территории области. Было выявлено, что проекты профориентационного туризма способны обеспечить связь между ведущими предприятиями и будущими сотрудниками. В результате проводимой работы у учащихся формируется понятие о функционировании рынка труда и предприятий, расположенных на территории региона, расширяется представление о профессиональных возможностях и карьерном росте. Для потенциальных работодателей проекты являются одним из доступных способов популяризировать свою деятельность среди молодёжи и обеспечить себя в будущем кадровым потенциалом. Проекты профориентационного туризма создают благоприятные условия для корректировки уровня и направления миграции, способствуют социально-экономическому и демографическому развитию как отдельного региона, так и страны в целом. В работе представлены результаты реализации проекта профориентационного туризма для школьников Калининградской области «ПРО Возможности», реализуемого Министерством образования Калининградской области на протяжении 2022 и 2023 годов.

Ключевые слова: *внутренний туризм, профориентация школьников, развитие территорий, кадровая политика, региональная политика, трудовые ресурсы*



Для цитирования: Комарницкая Т.В. Проекты профориентационного туризма Калининградской области // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 86–95. DOI: 10.5281/zenodo.10396347.

Дата поступления в редакцию: 18 октября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

UDC 379.851

EDN: JQIATB

DOI: 10.5281/zenodo.10396347

Tatyana V. KOMARNITSKAYA*Immanuel Kant Baltic Federal University,**Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)**Postgraduate Student; e-mail: info@mik-avia.ru*

THE CAREER GUIDANCE TOURISM PROJECTS OF THE KALININGRAD REGION

Abstract. Career guidance tourism projects are one of the most effective and accessible tools in the work of local governments to develop the human resources potential of the regions. Working with young people is becoming one of the priorities today. The effectiveness of this work can be traced from the existing results of the implementation of career guidance projects. The article is aimed at study the possibilities of career guidance for schoolchildren as a tool for training and retaining personnel in the region. The work used comparative analysis methods to compare the annual results of a survey of participants in a career guidance project, and a cartographic method for a visual presentation of the distribution of career guidance tourism objects in the region. It was found that career guidance tourism projects can provide a connection between leading enterprises and future employees. As a result of the work carried out, students develop an understanding of the functioning of the labor market and enterprises located in the region, and their understanding of professional opportunities and career growth expands. For potential employers, projects are one of the accessible ways to popularize their activities among young people and provide themselves with human resources in the future. Career guidance tourism projects create favorable conditions for adjusting the level and direction of migration, contribute to the socio-economic and demographic development of both a separate region and the country as a whole. The paper presents the results of the implementation of the career guidance tourism project for schoolchildren in the Kaliningrad region "PRO Opportunities", implemented by the Ministry of Education of the Kaliningrad region during 2022 and 2023.

Keywords: domestic tourism, career guidance for schoolchildren, socio-economic development of territories, personnel policy, regional policy, labour resources



Citation: Komarnitskaya, T. V. (2023). The career guidance tourism projects of the Kaliningrad region. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 86–95. doi: 10.5281/zenodo.10396347. (In Russ.).

Article History

Received 18 October 2023

Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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

© 2023 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Введение

Тема оттока молодёжи из регионов России в Москву и Санкт-Петербург на сегодняшний день продолжает оставаться одной из самых актуальных. Отечественные исследователи выявили ряд проблем, с которыми уже столкнулось государство. Одними из самых острых являются обеспеченность трудовыми ресурсами и кадровый дефицит. Решение этих вопросов в современных условиях становится стратегически важной задачей для устойчивого развития и роста экономики страны в целом и её отдельных регионов. В решении этой задачи может способствовать внедрение проектов профориентационной подготовки учащихся школ, реализуемых местными органами власти.

Методология и методы

В научной среде на сегодняшний день существует ряд проблем, которые активно освещаются современными исследователями. Значительное внимание в работах уделяется анализу миграционных потоков на территории Российской Федерации. Серия докладов об экономических исследованиях Кудяева М. и Редозубова И. [6], в частности, знакомит с эмпирической оценкой эффектов миграции на макроэкономические показатели в целом по России и отдельно по группам регионов, «притягивающих» и «отдающих» мигрантов. Метелев С.Е. [8] и Красинец Е.С. [5] рассуждают над темой международной трудовой миграции и её влиянии на современное развитие России. В первом случае основное внимание уделяется тенденциям международной трудовой миграции, а также причинам и последствиям обмена трудовыми ресурсами в глобальном смысле и на региональном уровне. Во втором – акцент сделан на исследование потоков современной международной трудовой миграции в Россию и решению проблем в сфере миграционной политики. Среди последних научных трудов выделяется статья Юмагузина В.В. и Винник М.В. [16], в которой представлен прогноз динамики численности населения РФ с учётом разных сценариев развития, где особое значение будет иметь уровень

компенсаторной миграции. Особое место занимают исследования, в которых основной темой становится образовательная миграция. Среди таких можно выделить статьи Капшук Е.А., Костиной Е.Ю., Орловой Н.А., Цэрэн Г. [3] и Питухина Е.А., Зятевой О.А., Щеголевой Л.В., Соколова В.Е. [11]. В обоих случаях утверждается важная роль образовательной миграции в развитии российских регионов и повышении их экономической активности. Кроме того, подчёркивается устойчивая тенденция оттока молодёжи из периферийных районов, в частности, Дальнего Востока. Последнее является характерной особенностью практически всех приграничных регионов, в числе которых оказывается и Калининградская область.

Многие отечественные исследователи представляют свой анализ последствий постоянного массового движения трудовых ресурсов с одного места проживания в другое. Профессор Балтийского федерального университета им. И. Канта Федоров Г.М. [12, 13] проводит масштабные научные разработки по вопросам демографической обстановки и демографической безопасности регионов. На его счету большое количество трудов, формирующих практически целую научную школу. Кроме того, попытка определить причины нерационального миграционного движения и дефицит трудовых ресурсов сделана в работах Волох В.А. [1], Кашницкого И.С. [6], Лялиной А.В. [2, 7], Мкртчян Н.В. [4, 9], Неклюдовой Н.П. [10], Шабуневой А.А. [14], Эльдяевой Н.А. [15] и многих других. В статьях подчёркивается масштабность назревающей проблемы, что свидетельствует об усугубляющейся депопуляции многих территорий. В зоне риска, в первую очередь, оказываются территории, удалённые от областных центров. Набирающая обороты волна внутренней миграции является одной из основных причин глубокого социально-экономического неравенства и расслоения регионов. В сложившихся условиях региональные власти должны направить основное внимание на разработку программ профессиональной подготовки молодых специалистов, ориен-

тированных на потребности данного конкретного региона.

В ходе исследования были применены методы статистического анализа, сравнительного анализа, социологического опроса, картографирования.

Основная часть

Согласно официальным статистическим данным, количество выбывших жителей региона увеличилось с 36698 чел. в 2021 г. до 40150 чел. в 2022 г., т.е. на 9,4% (или на 3452 чел.). Миграционный прирост, то есть разница между прибывшими и выбывшими пока остаётся в положительной зоне, но стремительно сокращается. В 2021 г. этот показатель составлял 16080 чел., тогда как в 2022 г. снизился до 6079 чел. Такое значительное падение сразу на 62,2% становится свидетельством назревающего кадрового кризиса на рынке труда в регионе. Уже сейчас становится ясно, что масштаб проблемы настолько велик, что даже при самом благоприятном сценарии, регион не сможет восполнить дефицит специалистов различных отраслей исключительно только приезжими. Важной задачей становится остановить отток местного населения, особенно молодёжи, которая сначала покидает Калининградскую область для получения образования в других регионах, а затем не возвращается обратно ввиду отсутствия перспектив для карьерного роста.

Одна из важнейших задач региональных властей сегодня – разработка специальных проектов для профессиональной ориентации школьников, которые будут знакомить молодых людей с возможностями собственного региона, что, в свою очередь, будет способствовать сохранению кадров и снижению оттока молодых специалистов. Все усилия, в данном случае, должны быть направлены на то, чтобы популяризировать регион для молодых и перспективных работников, и заставить их отказаться, в конечном итоге, от переезда. Их вовлечённость в активное развитие Калининградской области будет способствовать поднятию общего уровня социально-экономического развития региона.

Одним из таких успешно реализуемых проектов, разработанных Министерством образования по поручению Губернатора Калининградской области, является проект профессиональной ориентации учащихся средних школ Калининградской области «ПРО Возможности».

Основными задачами данной профориентационной программы являются: знакомство учащихся восьмых классов с возможностями получения специальности и трудоустройства на предприятиях региона, содействие в выборе будущей профессии; повышение престижа рабочих специальностей, предотвращение оттока профессионалов в сфере рабочих специальностей из региона, в т. ч. за рубеж; сохранение рабочих мест для молодёжи области, в целом снижение оттока молодёжи из региона.

На сегодняшний день к проекту «ПРО Возможности» подключаются учащиеся восьмых классов школ, поскольку в этом возрасте начинают закладываться предпосылки для выбора будущей профессии. За два года реализации проекта проделана большая работа, результаты которой в ближайшие годы призваны отразиться на статистике трудовых ресурсов Калининградской области.

По итогу реализации проекта Министерства образования Калининградской области «ПРО Возможности» в 2022 г. его участниками стали более 2000 учащихся и их учителя. За первое полугодие 2023 г. их количество составило уже почти 1000 школьников. Восьмиклассники посетили ведущие предприятия региона, познакомились с лидерами сельского хозяйства «Залесский фермер» и растениеводства «Калинково», пищевой промышленности «Продукты питания», лёгкой промышленности «Молиния лайф», судостроения ПСЗ «Янтарь» и «Ушаковские верфи», транспорта «РЖД», космической отрасли ОКБ «Факел», а также с предприятиями и организациями сферы туризма, ювелирного дела и добывающей промышленности. Всего к проекту подключены более 45 предприятий Калининградской области, осуществляющих свою деятельность в 12 отраслях экономики (рис. 1).



- | | |
|--|--|
| 1 – Стадион «Калининград» | 23 – Компания «1С-Битрикс» |
| 2 – Федеральный центр высоких медицинских технологий (Кардиоцентр) | 24 – ОАО «Российские железные дороги» |
| 3 – Машиностроительный завод «Грюнвальд» | 25 – Мясокомбинат «Альмак» |
| 4 – ОАО «Оптим-Кран» | 26 – Питомник декоративных растений «Калинково» |
| 5 – Международный аэропорт Калининград имени императрицы Елизаветы Петровны | 27 – Центр развития активного отдыха и туризма «Ферма Тюниных» |
| 6 – «Калининградский янтарный комбинат» | 28 – ООО «Новик логистик» |
| 7 – ООО «Ампертекс» (Индустриальный парк «ХРАБОВО») | 29 – Государственная телерадиокомпания «Калининград» |
| 8 – ООО «Поматти» (Индустриальный парк «ХРАБОВО») | 30 – Фонд креативных индустрий «КРЕСПЕКТИВА» |
| 9 – Фармацевтический завод «ИНФАМЕД К» (Мирамистин) | 31 – АО «Калининградский морской торговый порт» |
| 10 – ФГУП Опытное конструкторское бюро «Факел» | 32 – Мебельная фабрика ТД «Лазурит» |
| 11 – Агрофабрика «Натурово» | 33 – Швейное производство одежды из льна «Молиния лайф» |
| 12 – Автомобилестроительный завод «АВТОТОР» | 34 – Агропромышленный холдинг «Мираторг» |
| 13 – АО «Экопет» | 35 – ООО «ЛУКОЙЛ-Калининградморнефть» |
| 14 – ООО «Ушаковские Верфи» | 36 – АО «Русский хлеб» |
| 15 – Производитель инвалидных колясок ООО «Обсервер» | 37 – Крестьянско-фермерское хозяйство «Калина» |
| 16 – ОАО Мамоновский рыбоконсервный комбинат | 38 – Инновационный кластер радиоэлектронной промышленности Технополис GS |
| 17 – Агрохолдинг «Залесский фермер» | 39 – Агропромышленная группа компаний «Содружество» |
| 18 – Отель MercureKaliningrad | 40 – Сыроварня «Шаакен Дорф» |
| 19 – ООО «Продукты питания» | 41 – Завод «Аэроблок» |
| 20 – Рыбоконсервный завод «За родину» | 42 – Агрохолдинг «Долговгрупп» |
| 21 – Прибалтийский судостроительный завод «Янтарь» и судостроительный техникум | 43 – Гостинично-развлекательный комплекс «ПАРАДОХ» |
| 22 – ООО «Газпром межрегионгаз Калининградская область» | 44 – Мебельная фабрика «ИНТЕРДИЗАЙН» |
| | 45 – Балтийская АЭС |

Рис. 1 – Карта предприятий, участвующих в проекте профориентации школьников «ПРО Возможности»¹

Fig. 1 – Map of enterprises participating in the “PRO Opportunities” career guidance project for schoolchildren

¹ Источник: Официальная интернет-страница проекта «ПРО Возможности» на сайте Калининградского областного детско-юношеского центра экологии, краеведения и туризма. URL: <https://www.ecocentr39.ru>

При этом из года в год список предприятий растёт. В 2023 г. он пополнился крупнейшим лидирующим в России и в мире предприятием ОКБ «Факел», входящим в структуру «Роскосмос» и специализирующимся на разработке электроракетных двигателей для космических аппаратов. Для предприятия участие в проекте – это возможность заинтересовать школьников, нацеленных на получение инженерно-технического образования и работу в космической отрасли.

Интересно, что в 2023 г. большинство школ выбирают для посещения хозяйства, представляющие агропромышленный комплекс. Это не удивительно, сейчас региональное молочное производство и растениеводство Калининградской области являются национальными лидерами отрасли. На предприятиях этого сектора применяются новейшие технологии, опережающие в этих областях передовые хозяйства России. В тройку по запросам также входят судостроение и производство различных продуктов питания.

Карта предприятий демонстрирует географию размещения объектов профориентационного посещения. Как видно, большая часть предприятий сосредоточена в административном центре и вокруг него, вместе с тем одной из задач проекта является вовлечение в него школьников из всех муниципалитетов региона. И что важно – знакомство школьников с возможностями тех муниципалитетов, в которых они проживают, тем самым предоставляя им возможность в перспективе получить профессию и трудоустройство в родном городе, родном районе. Участниками проекта в 2022 г. стали школы 12 муниципалитетов области. В 2023 г. учащиеся всех муниципалитетов охвачены проектом, школьники из Краснознаменского, Светлогорского, Багратионовского, Полесского и Славского муниципальных округов впервые стали членами команды «ПРО Возможности».

В 2023 г. принято решение добавить в проект установочные уроки, которые проводятся накануне экскурсий сотрудниками

регионального Центра экологии, краеведения и туризма. Тем самым подчёркивается не развлекательный, а образовательный характер программы. Во время таких уроков восьмиклассники узнают, на что необходимо обратить внимание во время посещения предприятий, правила техники безопасности на том или ином объекте, проводится анкетирование для того, чтобы выявить интересы школьников и проводить экскурсию, опираясь на запросы и интересы участников.

В рамках программы учащиеся традиционно заполняют две анкеты: одна на входе, то есть перед началом участия, другая – на выходе, то есть после совершенных поездок. Любопытным оказалось сравнить результаты опроса за два последних года.

Первая анкета состоит из пяти вопросов, которые должны продемонстрировать отношение участников к своему будущему в профессиональной сфере. В частности, задаётся вопрос о том, в какой области хотят трудиться ученики в будущем. Анализ ответов в 2022 г. показал общую тенденцию, ставящую сферу услуг на первое место. В 2023 г. интересы участников трансформировались. На первое место вышла творческая сфера, тогда как сфера услуг оказалась на второй строчке (рис. 2).



Рис. 2 – Сравнительный анализ ответов на вопрос №2 предварительной анкеты для участников проекта «Про Возможности» за 2022–2023 гг.

Fig. 2 – Comparative analysis of answers to question No2 of the preliminary questionnaire for participants in the “PRO Opportunities” project for 2022–2023

Согласно результатам анкетирования в 2023 г. 37% опрошенных намерены работать в сфере, связанной с творчеством, 31% – хотят строить карьеру, связанную с человеческим общением (учителя, врачи, юристы, военные), 25% – ярко выраженные «технари» (будущие корабелы, инженеры, конструкторы), 6% ребят нацелены на естественно-научные специальности.

При этом, как мы наблюдаем, предприятия региона испытывают выраженную потребность в инженерно-технических, естественно-научных кадрах и конечно рабочих специальностях.

68% опрошенных школьников убеждены, что в выборе профессии необходимо опираться на собственные увлечения. Во время экскурсии подавляющее число школьников рассчитывает получить больше информации об актуальных профессиях, треть из них отправляются в поездку за тем, чтобы взглянуть изнутри на современный рабочий процесс и узнать, какие навыки сейчас больше всего ценятся на предприятиях.



Рис. 3 – Анализ результатов ответов участников программы «ПРО Возможности» на вопрос анкеты на выходе

Fig. 3 – Analysis of the results of the “PRO Opportunities” program participants’ answers to the exit survey question

На вопрос «Хотел(а) бы освоить профессию, заинтересовавшую тебя во время посещения предприятий, организаций, учебных заведений?» более 61% ответили утвердительно. Чуть более 10% участников продемонстрировали негативную реакцию, то есть записали отрицательный ответ. Примерно 28% опрошенных пока не определились с выбором (рис. 3).

Результаты повторного анкетирования свидетельствуют об успешной реализации проекта «ПРО Возможности», а также о его практической пользе среди учащихся средних школ. На рис. 4 отразились данные ответов анкеты учащихся на вопрос о том, была ли программа полезна для них.



Рис. 4 – Анализ результатов ответов участников программы «ПРО Возможности» на вопрос анкеты на выходе

Fig. 4 – Analysis of the results of the “PRO Opportunities” program participants’ answers to the exit survey question

Порядка 70% школьников отметили, что программа была полезна и помогла если ещё не определиться, то уже задуматься о выборе профессии в будущем и что важно, связать этот выбор с родным регионом. Такое более тесное знакомство учащихся с возможностями региона может выступить в будущем в качестве рычага для корректировки динамики внутренней миграции населения, а также повысить не только количественные, но и качественные демографические показатели Калининградской области.

Сбор данных в виде анкетирования участников позволяет не только оперативно корректировать программу, отвечать запросам участников, выстраивать работу на профориентационном маршруте в соответствии с пожеланиями школьников и потребностями регионального рынка труда, а также позволяет анализировать и делать выводы об имеющихся диспропорциях, связанных с недостатками размещения производств в тех или иных муниципалитетах, о кадровом дефиците в той или иной отрасли экономики, о более высокой

безработице на периферии региона, особенно в сельской местности.

Заключение

Анализ результатов исследования по итогам реализации проекта профориентации школьников «ПРО Возможности» за 2022 г. и первую половину 2023 г. продемонстрировал высокий интерес не только со стороны участников, но и со стороны предприятий различных отраслей. Рынок труда не менее заинтересован в подготовке и привлечении квалифицированных кадров, чем сами будущие специалисты, которые хотят выбрать действительно востребованные и хорошо оплачиваемые профессии.

Таким образом, разработка и внедрение проектов профориентационного туризма для школьников, с одной стороны, является важной частью региональной политики, направленной на подготовку, обучение и сохранение собственного кадрового потенциала региона. С другой стороны, итоги работы могут оказать существенное влияние на позиционирование региона, расширение его возможностей, ускоренный темп его социально-экономического и демографического развития, о чем также можно будет сделать вывод в ближайшие годы.

Провести полноценную оценку эффективности проекта «ПРО Возможности» и оценить его влияние на изменения в структуре рынка труда в Калининградской области можно будет спустя несколько лет, когда накопится статистическая информация о трудоустройстве участников на предприятиях региона. Однако уже сейчас по результатам анкетирования отмечается повышение интереса участников проекта к местным производственным комплексам и трудовым возможностям области со стороны учащихся школ. Растёт заинтересованность в получении образования по тем специальностям, где существует острая нехватка кадров.

Для повышения эффективности проекта необходимо продолжать налаживать тесное сотрудничество с предприятиями региона, разрабатывать новые формы взаимодействия. Одним из вариантов выхода на качественно новый уровень профориентирования школьников может стать подключение к проекту большего количества учебных заведений, работающих в секторе профессиональной подготовки специалистов среднего и высшего звена. Таким образом, будет организована более действенная методическая работа в цепочке «из школы – в техникум / вуз, из техникума / вуза – на предприятие».

Список источников

1. Волох В.А. Проблемы управления миграционными процессами в современной России // Управление. 2017. №2. С. 35–43. doi: 10.12737/article_59537ed9afe5c6.30363451
2. Волошенко К.Ю., Лялина А.В. Привлекательность Калининградской области: факторы притяжения и причины разочарования мигрантов из регионов России // Балтийский регион. 2022. №3(14). С. 102–128. doi: 10.5922/2079-8555-2022-3-6.
3. Капшук Е.А., Костина Е.Ю., Орлова Н.А., Цэрэн Г. Образовательная миграция в современной России: тенденции и проблемы // Теория и практика общественного развития. 2022. №3. С. 26–32. doi: 10.24158/tipor.2022.3.3.
4. Кашницкий И.С., Мкртчян Н.В., Лешуков О.В. Межрегиональная миграция молодёжи в России: комплексный анализ демографической статистики // Вопросы образования. 2016. №3. С. 169–203.
5. Красинец Е.С. Международная трудовая миграция в развитии современной России // Народонаселение. 2022. Т.25. №2. С. 104–115. doi: 10.19181/population.2022.25.2.9.
6. Кудяева М., Редозубов И. Влияние миграционных потоков на экономическую активность и рынок труда России в целом и региональном аспекте // Серия докладов об экономических исследованиях. М.: ЦБ РФ, 2021. 45 с.
7. Лялина А.В. Роль миграции в демографическом развитии Калининградской области // Региональные исследования. 2019. №4(66). С. 73–84. doi: 10.5922/1994-5280-2019-4-6.

8. Метелев С.Е. Международная трудовая миграция и нелегальная миграция в России: Монография. М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2017. 175 с.
9. Мкртчян Н.В. Миграция молодёжи из малых городов России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. №1. С. 225–242.
10. Неклюдова Н.П. Социально-экономические факторы внутренней трудовой миграции в России // Экономика и предпринимательство. 2013. №11(40). С. 721–724.
11. Питухин Е.А., Зятева О.А., Щеголева Л.В., Соколов В.Е. Образовательная миграция в регионах России: статистический подход // Высшее образование в России. 2023. Т.32. №8-9. С. 48–69.
12. Фёдоров Г.М. Демографическая обстановка и демографическая безопасность в регионах Западного побережья России // Балтийский регион. 2018. Т.10. №3. С. 119–135.
13. Фёдоров Г.М. Калининградские альтернативы: 25 лет спустя: Монография. Калининград: Изд-во БФУ им. И. Канта, 2020. 315 с.
14. Шабунова А.А. Общественное развитие и демографические вызовы современности // Проблемы развития территории. 2014. №2. С. 7–17.
15. Эльдяева Н.А., Кованова Е.С. Оценка влияния внутренней трудовой миграции населения на социально-экономическое развитие региона // Статистика и экономика. 2015. №6. С. 106–111.
16. Юмагузина В.В., Винник М.В. Долгосрочный прогноз компенсаторной миграции в России // Новая Экономическая Ассоциация. 2023. №1(58). С. 48–64.

References

1. Volokh, V. A. (2017). Problemy upravleniya migracionnymi processami v sovremennoj Rossii [Problems of management of migration processes in modern Russia]. *Upravlenie [Management]*, 2, 35–43. doi: 10.12737/article_59537ed9afe5c6.30363451. (In Russ.).
2. Voloshenko, K. Yu., & Lyalina, A. V. (2022). Privlekatel'nost' Kaliningradskoj oblasti: faktory prityazheniya i prichiny razocharovaniya migrantov iz regionov Rossii [The attractiveness of the Kaliningrad region: factors of attraction and reasons for the disappointment of migrants from the regions of Russia]. *Baltijskij region [Baltic region]*, 3(14), 102–128. doi: 10.5922/2079-8555-2022-3-6. (In Russ.).
3. Kapshuk, E. A., Kostina, E. Yu., Orlova, N. A., & Tseren, G. (2022). Obrazovatel'naya migraciya v sovremennoj Rossii: tendencii i problemy [Educational migration in modern Russia: trends and problems]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya [Theory and practice of social development]*, 3, 26–32. doi: 10.24158/tipor.2022.3.3. (In Russ.).
4. Kashnitsky, I. S., Mkrтчян, N. V., & Leshukov, O. V. (2016). Mezhregional'naya migraciya molodezhi v Rossii: kompleksnyj analiz demograficheskoy statistiki [Interregional migration of youth in Russia: a comprehensive analysis of demographic statistics]. *Voprosy obrazovaniya [Educational Issues]*, 3, 169–203. (In Russ.).
5. Krasinets, E. S. (2022). Mezhdunarodnaya trudovaya migraciya v razvitii sovremennoj Rossii [International labor migration in the development of modern Russia]. *Narodonaselenie [Population]*, 25(2), 104–115. doi: 10.19181/population.2022.25.2.9. (In Russ.).
6. Kudaeva, M., & Redozubov, I. (2021). Vliyanie migracionnyh potokov na ekonomicheskuyu aktivnost' i rynek truda Rossii v celom i regional'nom aspekte [The influence of migration flows on economic activity and the labor market of Russia in general and in the regional aspect]. *Economic Research Report Series*. Moscow: Central Bank of the Russian Federation. (In Russ.).
7. Lyalina, A. V. (2019). Rol' migracii v demograficheskom razvitii Kaliningradskoj oblasti [The role of migration in the demographic development of the Kaliningrad region]. *Regional'nye issledovaniya [Regional studies]*, 4(66), 73–84. doi: 10.5922/1994-5280-2019-4-6. (In Russ.).
8. Metelev, S. E. (2017). Mezhdunarodnaya trudovaya migraciya i nelegal'naya migraciya v Rossii [International labor migration and illegal migration in Russia]: A monograph. (In Russ.).
9. Mkrтчян, N. V. (2017). Migraciya molodezhi iz malyh gorodov Rossii [Migration of youth from small towns in Russia]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i*

- social'nye peremeny [Public opinion monitoring: economic and social changes]*, 1, 225–242. (In Russ.).
10. Neklyudova, N. P. (2013). Social'no-ekonomicheskie faktory vnutrennej trudovoj migracii v Rossii [Socio-economic factors of internal labor migration in Russia]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo [Economics and Entrepreneurship]*, 11(40), 721–724. (In Russ.).
 11. Pitukhin, E. A., Zyateva, O. A., Shchegoleva, L. V., & Sokolov, V. E. (2023). Obrazovatel'naya migraciya v regionah Rossii: statisticheskij podhod [Educational migration in the regions of Russia: A statistical approach]. *Vyshee obrazovanie v Rossii [Higher education in Russia]*, 32(8-9), 48–69. (In Russ.).
 12. Fedorov, G. M. (2018). Demograficheskaya obstanovka i demograficheskaya bezopasnost' v regionah Zapadnogo porubezh'ya Rossii [Demographic situation and demographic security in the regions of the Western border of Russia]. *Baltijskij region [Baltic region]*, 10(3), 119–135. (In Russ.).
 13. Fedorov, G. M. (2020). *Kaliningradskie al'ternativy: 25 let spustya [Kaliningrad alternatives: 25 years later]: A monograph*. Kaliningrad: Publishing house IKBFU. (In Russ.).
 14. Shabunova, A. A. (2014). Obshchestvennoe razvitie i demograficheskie vyzovy sovremenosti [Social development and demographic challenges of our time]. *Problemy razvitiya territorii [Problems of territory development]*, 2, 7–17. (In Russ.).
 15. Eldyaeva, N. A., & Kovanova, E. S. (2015). Ocenka vliyaniya vnutrennej trudovoj migracii naseleniya na social'no-ekonomicheskoe razvitie regiona [Assessment of the impact of internal labor migration of the population on the socio-economic development of the region]. *Statistika i ekonomika [Statistics and Economics]*, 6, 106–111. (In Russ.).
 16. Yumaguzina, V. V., & Vinnik, M. V. (2023). Dolgosrochnyj prognoz kompensatornoj migracii v Rossii [Long-term forecast of compensatory migration in Russia]. *Novaya Ekonomicheskaya Assotsiatsiya [New Economic Association]*, 1(58), 48–64. (In Russ.).

УДК 338.1 EDN: HFQAOP
DOI: 10.5281/zenodo.10396412

МАРЯХИН Владимир Михайлович

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
аспирант; e-mail: v.maryahin@yandex.ru*

ЧАСОВСКИЙ Владимир Иванович

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
доктор географических наук, доцент, профессор; e-mail: prof.chasovsky@mail.ru*

РОЛЬ КРАЙНЕГО СЕВЕРА И ПРИРАВНЕННЫХ К НЕМУ МЕСТНОСТЕЙ В ПРОСТРАНСТВЕННОМ РАЗВИТИИ РОССИИ

В последние годы началась новая волна исследования северных территорий РФ. Правительство РФ взяло активный курс на развитие Арктической зоны Российской Федерации. Современные исследователи Севера тоже сместили своё внимание в сторону арктических территорий России. Но в тоже время из зоны внимания выпали территории районов Крайнего Севера, занимающих практически 70% территории страны. Исследование представляет собой сравнительно-статистический анализ динамики социально-экономического развития районов Крайнего Севера на основе подобранных статистических показателей и перспективных отраслей хозяйства северных субъектов, выделенных правительством РФ. Определены отличия понятий Крайний Север и Арктическая зона и их современные территориальные особенности. В результате исследования определена динамика социально-экономического развития районов Крайнего Севера и приравненных к нему местностей с 2014 по 2021 гг. Дана оценка современного состояния социальной и экономической сферы рассматриваемых регионов. Отмечены основные и перспективные отрасли специализации субъектов РФ, относящихся к Крайнему Северу. Также рассмотрены современные специализации национальной и локальной значимости в пределах рассматриваемых субъектов РФ. Охарактеризована роль всего Крайнего Севера в пространственном развитии страны. В ходе исследования определено современное состояние и обозначены основные тенденции развития районов Крайнего Севера и приравненных к нему местностей, которые могут использоваться в будущих исследованиях, посвящённых данной тематике.

Ключевые слова: Крайний Север, Арктическая зона, миграционная привлекательность, социально-экономическое развитие, инвестиции



Для цитирования: Маряхин В.М., Часовский В.И. Роль Крайнего Севера и приравнённых к нему местностей в пространственном развитии России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 96–104. DOI: 10.5281/zenodo.10396412.

Дата поступления в редакцию: 18 октября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

UDC 338.1

EDN: HFQAOP

DOI: 10.5281/zenodo.10396412

Vladimir M. MARYAKHIN*Immanuel Kant Baltic Federal University,**Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)**Postgraduate Student; e-mail: v.maryahin@yandex.ru***Vladimir I. CHASOVSKII***Immanuel Kant Baltic Federal University,**Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)**PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor; e-mail: prof.chasovsky@mail.ru*

FAR NORTH AND ITS EQUIVALENT LOCALITIES: THE ROLE IN THE SPATIAL DEVELOPMENT OF RUSSIA

Abstract. Recent years have been marked by a new wave of exploration of the northern territories of the Russian Federation. The Government of the Russian Federation has taken an active course for the developing Russian Arctic. Modern researchers of North have also shifted their attention towards the Arctic territories of Russia. But at the same time, the Far North territories, occupying almost 70% of the country's area, have fallen out of the spotlight. The study is a comparative statistical analysis of the dynamics of socio-economic development of the Far North regions based on selected statistical indicators and promising sectors of the economy of the northern subjects allocated by the Government of the Russian Federation. The authors indicate the differences between the concepts of Far North and the Arctic zone and their modern territorial features. As a result of the study, the dynamics of socio-economic development of the Far North regions and areas equated to it from 2014 to 2021 has been determined. The article assesses the current state of the social and economic sphere of the regions under consideration. The main and promising branches of specialization of the subjects of the Russian Federation belonging to Far North are noted. Modern specializations of national and local significance within the considered subjects of the Russian Federation are also considered. The role of the entire Far North in the spatial development of the country is characterized. In the course of the study, the current state is determined and the main development trends of the Far North regions and areas equated to it are summarized, which can be used in future studies on this topic.

Keywords: Far North, the Arctic zone, migration attractiveness, socio-economic development, investment



Citation: Maryakhin, V. M., & Chasovskii, V. I. (2023). Far North and its equivalent localities: the role in the spatial development of Russia. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 96–104. doi: 10.5281/zenodo.10396412. (In Russ.).

Article History

Received 18 October 2023

Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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



© 2023 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Введение

Новое постановление об утверждении перечня районов Крайнего Севера, принятое Правительством РФ 16 ноября 2021 г., ещё раз напомнило о роли Крайнего Севера (КС) в пространственном развитии России. В последние годы отмечается, что КС практически выпал из государственной риторики [14, с. 112]. Многие исследователи связывают это во многом с повышенным вниманием к Арктической зоне РФ¹ (АЗ РФ) территория которой была официально закреплена Указом Президента от 2 мая 2014 г. №296 [9]. Позже важность значения АЗ РФ закрепилось в «Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года» и в «Стратегии развития АЗ РФ на период до 2035 года», определивших её как геостратегический регион. Данное обстоятельство во многом обострило конфликт «интересов» между этими двумя территориями в социально-экономическом развитии.

Но в тоже время стоит отметить, что территории, относящиеся к АЗ РФ, являются и районами КС. И многие исследователи, изучающие комплексно север России, рассматривают эти территории как единую, объединяя их понятиями «Российский Север», «Крайний Север» или «Север». Наряду с этим, некоторые исследователи выделяют Арктику из районов КС и рассматривают отдельно. Это прослеживается в исследованиях В.Н. Лаженцева, где он делит северные территории на Арктику, Дальний Север и Ближний Север [7].

В целом комплексных исследований, посвящённых именно социально-экономическому развитию КС, становится все меньше, среди статей последних лет можно отметить А.Э. Крупко [6] и В.Н. Лаженцева [7].

Если рассматривать данные понятия в рамках правового поля, то КС – это территория, закреплённая перечнем, утверждён-

ным Правительством РФ, в пределах которой распространяются государственные гарантии и компенсации для проживающих и работающих лиц в соответствии с законом от 19.02.1993 №4520-1. На территории АЗ РФ в свою очередь также распространяются льготы, предоставляемые на КС. В дополнение к этому в пределах АЗ РФ оказывается дополнительная государственная поддержка предпринимательской деятельности. Но самым главным отличием АЗ РФ от КС является наличие чёткой стратегии развития, где указаны основные цели, задачи и ожидаемые результаты развития данной территории, а также предложены меры для их реализации. Для территории КС, в настоящее время такой стратегии нет. А последняя концепция развития Северных территорий была утверждена Правительством в 2000 г. В настоящее время для территорий КС утверждены стратегии развития в рамках Федеральных округов или отдельных субъектов РФ. Но многие исследователи говорят о том, что территория АЗ РФ – это не весь КС, а только его часть. Поэтому оставшиеся северные территории, в виду своей специфики, тоже нуждаются в особом внимании и разработке собственной стратегии развития [6, 14].

На 2023 г. к районам КС и местностям, приравненным к ним, относятся территории 24 субъектов Российской Федерации. Территория АЗ РФ составляет 4,8 млн км² (40% от площади районов Крайнего Севера). Учитывая, что законодательная база и цели для дальнейшего развития АЗ РФ определены, то назревает насущный вопрос о создании подобной стратегии и для всего КС. Но для разработки подобной стратегии и определения её вектора в первую очередь надо оценить роль и положение рассматриваемой территории в масштабах страны и понять её специфику [2].

Поэтому цель данного исследования заключается в определении роли районов

¹ Пилясов А. Н. «Престижная» Арктика и «подпольный» Север: будут ли и дальше расходиться траектории их развития? URL: https://goarctic.ru/live/prestizhnaya-arktika-i-podpolnyyever-budut-li-i-dalshe-raskhoditsya-traektorii-ikhrazvitiya/?sphrase_id=3463 (Дата обращения: 03.10.2023).

Крайнего Севера и приравненных к ним местностей в пространственном развитии страны. Для реализации цели были поставлены следующие задачи:

- 1) рассмотреть динамику социально-экономического развития КС в течении последнего десятилетия;
- 2) отметить основные тенденции развития КС в последнее десятилетие;
- 3) определить долю КС в общероссийских социально-экономических показателях и её изменения за рассматриваемый период.

Методология исследования

Для грамотной оценки социально-экономического развития важен подбор статических показателей. Анализируя различные методики оценки социально-экономического развития территорий, Н.К. Васильева, Е.В. Сидорчукова и др. [8, с. 67] говорят, что для подбора показателей важно выделить специфику рассматриваемой территории и основные факторы, влияющие на её развитие. Так как КС выделяется в основном за счёт выплат «северных надбавок» на его территории, то определяющим фактором его развития будет привлечение трудовых ресурсов. М.А. Терентьева рассматривает эффективность работы «северных надбавок» на основе динамики показателей миграционного прироста, занятости населения, а также сравнения динамики изменения заработной платы с общероссийскими тенденциями [13]. Также стоит отметить, что немаловажную роль для привлечения трудовых ресурсов на территории с суровыми природно-климатическими условиями являются показатели уровня жизни на данных территориях [10], поэтому важно проследить динамику изменения уровня жизни районов КС на основании рейтингов, характеризующих качество жизни в субъектах РФ.

Во многих исследованиях прослеживается вывод о том, что в современных условиях одним из главных приоритетов

экономического развития на северных территориях является привлечение инвестиций, что объясняется успешными кейсами в зарубежных странах (например, в арктических территориях Канады), а также тех, которые уже были реализованы в рамках АЗ РФ [1, 3]. Для рассмотрения инвестиционной привлекательности были взяты рейтинги, рассчитываемые агентствами RAEX и НРА. Ключевым показателем экономического развития территорий многие авторы называют показатель ВРП [11]. Для рассмотрения его динамики, также нужно использовать индекс физического объёма ВРП и показатель ВРП на душу населения [4, с. 330].

Также учитывая экономическую специфику северных территорий, которая в последние десятилетия характеризуется в первую очередь акцентом на добычу и первичную переработку полезных ископаемых [5, 12], стоит проанализировать современную и приоритетную специализацию северных регионов.

Результаты исследования

В результате были рассмотрены основные социально-экономические показатели районов КС с целью определения их динамики и удельного веса в общероссийской экономике. Показатели социально-экономического развития КС России приведены в табл. 1.

В целом во второй половине прошедшего десятилетия наметился положительный тренд в социальном развитии районов КС. В первую очередь удалось снизить темпы миграционного оттока населения с данных территорий, что может говорить об увеличении качества жизни, на которое указывают как показатель средней заработной платы (в 2014 г. она в 1,62 раза превышала среднероссийские показатели, а в 2021 г. – в 1,67 раз), так и ВРП на душу населения (на протяжении всего периода превышение среднероссийских показателей в 1,41 раз).

Таблица 1 – Показатели социально-экономического развития Крайнего Севера²

Table 1 – Indicators of socio-economic development of Far North

Соц.-эконом. показатели	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Социальное развитие								
Численность постоянного населения на 1 янв., тыс. чел.	10039,1	10004,7	9971,1	9953,7	9920,9	9883,0	9858,5	9833,6
Миграционный прирост, чел.	-73823	-69209	-47785	-54517	-50870	-30019	-10744	+6915
Среднесписочная численность работников организаций, тыс. чел.	3289,0	3240,4	3218,1	3136,7	3137,4	3151,9	3168,7	3164,2
Среднемесячная заработная плата работников организаций, руб.	52632	55614	59754	63775	69473	74402	80121	85818
Экономическое развитие								
ВРП, млрд руб.	142512	159041	164967	189980	227997	238809	221517	–
ВРП на душу населения, руб.	578214	645116	668638	770992	927005	972229	905668	–
Индекс физ. объёма ВРП (в % к предыдущ. году)	101,2	99,8	99,3	101,9	109,1	101,2	91,7	–
Инвестиции в основной капитал, млн. руб.	2572,4	2971,3	3380,4	3716,7	3627,2	3459,2	3626,4	4164,0
Привлечённые инвестиции в основной капитал, в % от общего числа инвестиций	42,2	41,9	48,8	46,1	45,1	37,9	34,8	36,8

Тенденцию улучшения уровня жизни в северных субъектах можно наблюдать и сравнивая рейтинги качества жизни 2013³ и 2022⁴ гг. Рост качества жизни за рассматриваемый период наблюдается в 23 из 24 субъектов (снижается только в Забайкальском крае). Также стоит отметить, что в 14 субъектах отмечается рост качества жизни, опережающий среднероссийские темпы (20%). Но одновременно с этим стоит сказать о том, что в целом качество жизни в районах КС по большей части остаётся на низком уровне. В 2022 г. только треть субъектов имеет оценку качества жизни выше среднероссийского показателя (51,3 балла).

Что же касается экономического развития данных районов, то здесь не все так однозначно. ВРП регионов, которые полностью или частично входят в районы КС, с 2014 по 2019 гг. развивался в пределах

общероссийских тенденций или даже опережал их. Но в 2020 г., в период начала пандемии COVID-19, наблюдалось резкое снижение индекса физического объёма ВРП до 91,7% (при среднем показателе по России 97,8%). Можно говорить о том, что КС показал свою большую чувствительность и уязвимость к глобальным экономическим изменениям.

Если сказать о роли КС в экономическом развитии страны, то здесь тоже можно говорить об отрицательных тенденциях. Субъекты РФ, которые полностью или частично относятся к районам КС, в 2014 г. давали 24,08% от общего ВРП, а в 2021 г. этот показатель снизился до 23,61%.

Рассматривая данные табл. 1, можно также заметить рост инвестиций в основной капитал в районах КС, которые с 2014 по 2021 гг. выросли в 1,62 раза, но если

² Показатели рассчитаны или взяты из статистических сборников Росстат: 1) Регионы России. Социально-экономические показатели 2017 и 2022; 2) Экономические и социальные показатели районов Крайнего Севера и приравненных к ним местностей в 2000–2021.

³ Рейтинг регионов РФ по качеству жизни в 2013 году. URL: http://vid1.rian.ru/ig/ratings/life_2013.pdf (Дата обращения: 23.10.2023).

⁴ Рейтинг регионов по качеству жизни – 2022. URL: <https://riarating.ru/infografika/20230213/630236602.html?ysclid=lnmzwxslmc385807674> (Дата обращения: 03.10.2023).

обратить внимание на структуру поступивших инвестиций, то можно наблюдать обратную динамику доли привлечённых инвестиций. Если в период 2014–2016 гг. наблюдался рост числа инвестиций извне, то с 2016 г. начался резкий спад и уменьшение на 12%.

Данная тенденция подтверждается и при анализе рейтинга инвестиционной привлекательности регионов, рассчитываемого НРА. По сравнению с рейтингом 2013⁵ г. к 2022⁶ г. уровень инвестиционной привлекательности 11 субъектов понизился и только в 5 он показал положительную динамику. А вот согласно рейтингу агентства RAEX, с 2013⁷ по 2020⁸ гг. только в двух субъектах наблюдалось снижение уровня

привлекательности, а положительную динамику показали 5 регионов КС.

Чтобы посмотреть на приоритеты специализации регионов КС, можно обратиться к «Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года», где указаны перспективные экономические специализации для каждого субъекта РФ. Опираясь на данный документ, можно ещё раз убедиться, что приоритет в большинстве регионов, относящихся к районам КС, остаётся за добычей полезных ископаемых (23 из 24 субъектов) и обрабатывающей промышленностью, специализирующейся на первичной обработке сырья (22 субъекта). Среди отраслей сферы услуг выделяется туризм (18).

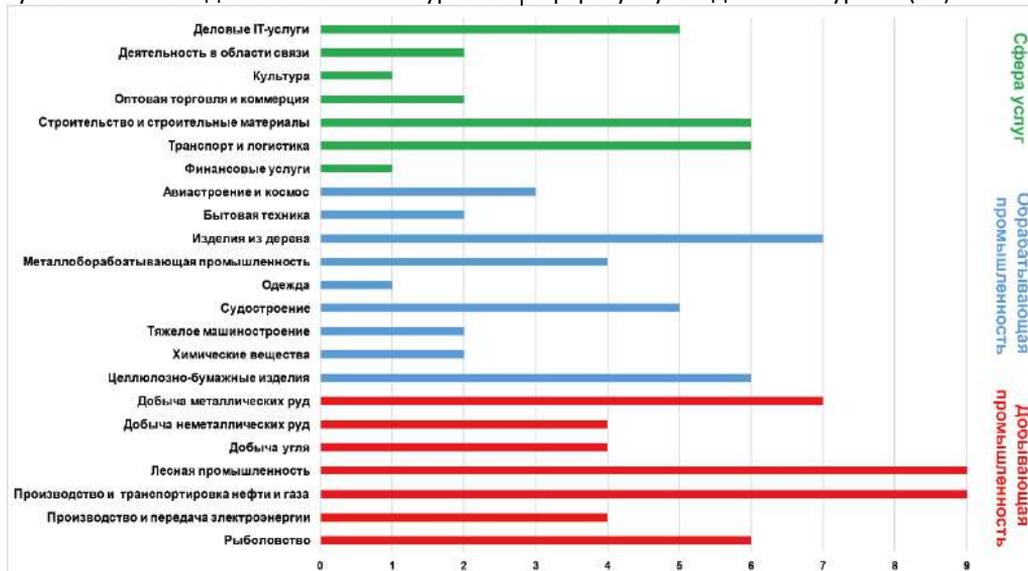


Рис. 1 – Отрасли специализации национальной и локальной значимости в субъектах РФ, относящихся к районам Крайнего Севера и приравненным к ним местностям⁹

Fig. 1 – Sectors of specialization of national and local significance in the Far North regions and equivalent areas

⁵ Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России 2013. URL: <https://www.ra-national.ru/sites/default/files/other/23.pdf> (Дата обращения: 10.10.2023).

⁶ X ежегодная оценка инвестиционной привлекательности регионов России. URL: https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2022/12/region_invest_2022.pdf (Дата обращения: 10.10.2023).

⁷ Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов RAEX за 2013 год. URL: https://raex-rr.com/regions/investment_appeal/regiona_investment_risk_rating/2013/analytics (Дата обращения: 10.10.2023).

⁸ Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов RAEX за 2020 год. URL: https://raex-rr.com/regions/investment_appeal/investment_potential_of_regions/2020/analytics/regions2020 (Дата обращения: 24.09.2023).

⁹ Абашкин В.Л., Гохберг Л.М., Ефрин Я.Ю. [и др.] Атлас экономической специализации регионов России. М.: НИУ ВШЭ, 2021. 264 с.

Для рассмотрения современной специализации были взяты отрасли национальной и локальной значимости, отличающиеся высокой численностью занятых и в масштабах России, и в конкретном субъекте РФ. Было подсчитано количество упоминаний этих отраслей во всех регионах, относящихся к КС (рис. 1). Здесь также доминируют отрасли добывающей промышленности, среди которых выделяются лесная промышленность (является значимой в 9 субъектах), нефтегазовая отрасль (9) и добыча металлических руд (7). Среди отраслей обрабатывающей промышленности стоит отметить целлюлозно-бумажную и изделия из дерева, а также судостроение.

Заключение

Анализ социальной сферы на КС показывает рост качества жизни и постепенное снижение миграционного оттока с его территории, но в тоже время в большинстве северных субъектов РФ показатели уровня жизни до сих пор находятся ниже среднероссийских значений. Также продолжается и общая убыль населения на КС.

Анализ экономической сферы показал, что в течении последнего десятилетия наблюдался рост ВРП, опережающий даже среднероссийские темпы прироста, но в тоже время последние кризисные тенденции, вызванные началом пандемии COVID-19 показали, что экономика КС весьма неустойчива и сильно зависима от внешних

обстоятельств, что охарактеризовалось резким снижением индекса физического объёма ВРП.

Если говорить об экономической специализации КС, то здесь в последнее время не происходило серьёзных изменений. По-прежнему ведущая роль отводится добывающей промышленности, вместе с металлургией и традиционными занятиями местного населения.

Подводя итог стоит отметить, что роль КС в пространственном развитии России по-прежнему велика. Он вносит около 1/5 в ВВП российской экономики, но его доля в последнее десятилетие начала снижаться.

Исходя из проанализированных показателей можно сказать, что социально-экономическое развитие районов КС находится в состоянии близком к стагнации, что конечно же не может положительно сказаться на его дальнейшем развитии. Спецификой северных территорий по-прежнему остаётся убыль населения, низкий уровень жизни и специализация на добыче полезных ископаемых. Поэтому несмотря на то, что КС играет весомую роль в развитии страны, сам он нуждается в особой государственной политике и определении перспектив своего дальнейшего развития с учётом северной специфики. Подобные мероприятия должны быть направлены на повышение самостоятельности и устойчивости районов КС.

Список источников

1. Бадылевич Р.В. Исследование зарубежного опыта реализации финансового регулирования развития арктических территорий и возможностей его применения в северных регионах РФ // Арктика и Север. 2021. №44. С. 5–29. doi: 10.37482/issn2221-2698.2021.44.5.
2. Байдаков С.Л. Стратегия развития территории и оценка успешности деятельности органов исполнительной власти // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2014. №17. С. 62–69.
3. Гаджиев Ю.А., Акопов В.И., Канев В.Н. Динамика инвестиций в основной капитал экономики северных регионов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2015. №1(37). С. 59–71. DOI: 10.15838/esc/2015.1.37.4.
4. Гиниятуллина А.А., Хафизова З.И. Анализ и прогнозирование валового регионального продукта (на примере Республики Татарстан) // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Т.9. №3А. С. 327–338. DOI: 10.34670/AR.2019.89.3.035.

5. Ефимова Е.Г., Гриценко Д. Роль добывающей промышленности в развитии периферийных арктических регионов России и Канады // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Экономика. 2021. Т.37. №2. С. 241–271. DOI: 10.21638/spbu05.2021.203.
6. Крупко А.Э. Роль Крайнего Севера для устойчивого развития страны // Арктика XXI век. Гуманитарные науки. 2020. №2(22). С. 21–37.
7. Лаженцев В.Н. Социально-экономическое пространство и территориальное развитие Севера и Арктики России // Экономика региона. 2018. Т.14. Вып.2. С. 353–365. DOI: 10.17059/2018-2-2.
8. Оценка социально-экономического развития территории / Н.К. Васильева, Е.В. Сидорчукова, Ю.А. Усачёва, К.К. Токарев // Вестник Академии знаний. 2020. №41(6). С. 64–70. DOI: 10.24412/2304-6139-2020-10762.
9. Паникар М.М., Шапаров А.Е. Императивы современной государственной политики стран Арктического региона по освоению территорий Крайнего Севера // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2016. №6. С. 33–44. DOI: 10.17238/issn2227-6564.2018.6.5.
10. Попова О.В. Оплата труда как фактор миграции в арктических районах Республики Саха (Якутия) // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Т.12. №5А. С. 136–144. DOI: 10.34670/AR.2022.71.35.015.
11. Скуфьина Т.П., Баранов С.В. Математико-статистическое моделирование динамики производства ВРП регионов Севера и Арктики: в поисках лучшей модели // Вопросы статистики. 2017. №7. С. 52–64.
12. Татаркин А.И., Логинов В.Г. Оценка природно-ресурсного и производственного потенциала северных и арктических районов: состояние и перспективы использования // Проблемы прогнозирования. 2015. №1(148). С. 33–44.
13. Терентьева М.А. Особенности рынка труда на российском Севере: занятость, заработная плата и роль северных надбавок // Арктика и Север. 2021. №45. С. 150–165. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2021.45.150.
14. Фаузер В.В., Смирнов А.В., Лыткина Т.С., Фаузер Г.Н. Вызовы и противоречия в развитии Севера и Арктики: демографическое измерение // Арктика: экология и экономика. 2022. Т.12. №1. С. 111–122. DOI: 10.25283/2223-4594-2022-1-111-122.

References

1. Badylevich, R. V. (2021). Issledovanie zarubezhnogo opyta realizatsii finansovogo regulirovaniya razvitiya arkticheskikh territorii i vozmozhnostei ego primeneniya v severnykh regionakh RF [Analysis of Foreign Experience in the Financial Regulation of the Arctic Territories Development and its Application in the Northern Regions of the Russian Federation]. *Arktika i Sever [Arctic and North]*, 44, 5–29. doi: 10.37482/issn2221-2698.2021.44.5. (In Russ.).
2. Bajdakov, S. L. (2014). Strategiya razvitiya territorii i ocenka uspeshnosti deyatelnosti organov ispolnitel'noj vlasti [Territory development strategy and evaluation of the success of the activities of executive authorities]. «MIR» (*Modernizaciya. Innovacii. Razvitiye*) [*MID (Modernization. Innovation. Development)*], 17(1), 62–69. (In Russ.).
3. Gadzhiev, Yu. A., Akopov, V. I., & Kanev, V. N. (2015). Dinamika investitsij v osnovnoj kapital ekonomiki severnyh regionov [Dynamics of investments in fixed assets of the economy of the northern regions]. *Ekonomicheskie i social'nye peremeny: fakty, tendencii, prognoz [Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast]*, 1(37), 59–71. doi: 10.15838/esc/2015.1.37.4. (In Russ.).
4. Giniyatullina, A. A., & Khafizova, Z. I. (2019). Analiz i prognozirovanie valovogo regional'nogo produkta (na primere Respubliki Tatarstan) [Analysis and forecasting of gross regional product (case of the Republic of Tatarstan)]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow]*, 9(3A), 327–338. doi: 10.34670/AR.2019.89.3.035. (In Russ.).
5. Efimova, E. G., & Gritsenko, D. (2021). Rol' dobyvayushchej promyshlennosti v razvitiy periferijnyh arkticheskikh regionov Rossii i Kanady [The role of extractive industries in

- developing peripheral Arctic regions of Russia and Canada]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ekonomika [St. Petersburg University Journal of Economic Studies]*, 37(2), 241–271. doi: 10.21638/spbu05.2021.203. (In Russ.).
6. Krupko, A. (2020). Rol' Krajnogo Severa dlya ustojchivogo razvitiya strany [Role of the Far North for sustainable development of the country]. *Arktika XXI vek [Arctic XXI century]*, 22(2), 21–37. (In Russ.).
 7. Lazhentsev, V. N. (2018). Social'no-ekonomicheskoe prostranstvo i territorial'noe razvitie Severa i Arktiki Rossii [Socio-Economic Space and Territorial Development of the North and the Arctic of Russia]. *Ekonomika regiona [Economy of Region]*, 14(2), 353–365. doi: 10.17059/2018-2-2. (In Russ.).
 8. Vasilieva, N. K., Sidorchukova, E. V., Usacheva, Yu. A., & Tokarev, K. K. (2020). Ocenka social'no-ekonomicheskogo razvitiya territorii [Assessment of the socio-economic development of the territory]. *Vestnik Akademii znaniy [Bulletin of the Academy of Knowledge]*, 41(6), 64–70. doi: 10.24412/2304-6139-2020-10762. (In Russ.).
 9. Panikar, M. M., & Shaparov, A. E. (2016). Imperativy sovremennoj gosudarstvennoj politiki stran Arkticheskogo regiona po osvoeniyu territorij Krajnogo Severa [Imperatives of the Current State Policy of the Arctic Countries on Far North Development]. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki [Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University Series: Humanities and Social Sciences]*, 6, 33–44. doi: 10.17238/issn2227-6564.2018.6.5. (In Russ.).
 10. Popova, O. V. (2022). Oplata Truda kak factor migracii v arkticheskikh rajonah Respubliki Sakha (Yakutiya) [Wages as a Factor of Migration in the Arctic Regions of the Republic of Sakha (Yakutia)]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow]*, 12(5A), 136–144. doi: 10.34670/AR.2022.71.35.015. (In Russ.).
 11. Skufina, T. P., & Baranov, S. V. (2017). Matematiko-statisticheskoe modelirovanie dinamiki proizvodstva VRP regionov Severa i Arktiki: v poiskah luchshej modeli [Mathematical and statistical modeling of the GRP production dynamics in the regions of the North and the Arctic: in search of a better model]. *Voprosy statistiki [Statistical issues]*, 7, 52–64. (In Russ.).
 12. Tatarin, A. I., & Loginov, V. G. (2015). Ocenka prirodno-resursnogo i proizvodstvennogo potenciala severnyh i arkticheskikh rajonov: sostoyanie i perspektivy ispol'zovaniya [Estimation of potential for natural resources and production in northern and Arctic areas: Conditions and prospects for use]. *Problemy prognozirovaniya [Forecasting problems]*, 148(1), 33–44. (In Russ.).
 13. Terentyeva, M. A. (2021). Osobennosti rynka truda na rossijskom Severe: zanyatost', zarabotnaya plata i rol' severnyh nadbavok [Labor Market Features in the Russian North: Employment, Wages and the Role of Northern Allowances]. *Arktika i Sever [Arctic and North]*, 45, 150–165. doi: 10.37482/issn2221-2698.2021.45.150. (In Russ.).
 14. Fauzer, V. V., Smirnov, A. V., Lytkina, T. S., & Fauzer, G. N. (2022). Vyzovy i protivorechiya v razvitiy Severa i Arktiki: demograficheskoe izmerenie [Challenges and contradictions in the development of the North and the Arctic: demographic dimension]. *Arktika: ekologiya i ekonomika [Arctic: Ecology and Economy]*, 12(1), 111–122. doi: 10.25283/2223-4594-2022-1-111-122. (In Russ.).

АНОХИН Алексей Юрьевич

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
кандидат педагогических наук, доцент; e-mail: edel_veis@rambler.ru*

ТОКАРЕВА Юлия Сергеевна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
студент; e-mail: youliatokareva@yandex.ru*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРАЕВЕДЧЕСКОГО МУЗЕЯ

Статья посвящена деятельности краеведческих музеев, расположенных в малых городах России. В статье рассматривается роль краеведческих музеев как социального института, описывается трансформация деятельности музеев в современном обществе. Основным предметом исследования в статье являются принципы и технологии организации деятельности краеведческого музея. На примере краеведческого музея города Багратионовска Калининградской области проводится анализ деятельности музея, его посещаемости, работы с туристскими фирмами, проводится анализ структуры туристического потока, рассматриваются формы работы с посетителями. С использованием статистических методов устанавливается повышение эффективности музея при работе с организованными детскими группами. С использованием контент-анализа отзывов посетителей установлено, что основное содержание экспозиции в недостаточной степени транслируется в ходе музейного обслуживания. В статье на основании изучения экспозиции музея, анализа существующих и перспективных технологий музейного обслуживания формулируются принципы и рекомендуемые формы работы с посетителями, в частности, два принципа развития современного музея: интерактивность и повторные посещения. В статье обосновывается эффективность следующих форм и инструментов работы музея с посетителями: интерактивная экспозиция, информационные киоски, QR-коды для расширенной информации об экспонатах, формирование экскурсий по окрестностям, организованная исследовательская деятельность школьников в музее, мастер-классы, летние школы, исследовательские смены, игровые программы, музейные квесты, стимулирование процесса со-творчества, активное использование сувенирной продукции. Обосновывается рекомендация взаимодействия краеведческих музеев с другими учреждениями образования и культуры.

Ключевые слова: краеведческий музей, экскурсия, организация деятельности музея, квест-технологии, образовательная деятельность, туристский поток



Для цитирования: Анохин А.Ю., Токарева Ю.С. Повышение эффективности деятельности краеведческого музея // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 105–114. DOI: 10.5281/zenodo.10396434.

Дата поступления в редакцию: 18 октября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

UDC 379.822 EDN: BGJLNU
DOI: 10.5281/zenodo.10396434

Alexei Yu. ANOKHIN

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
PhD in Pedagogy, Associate Professor; e-mail: edel_veis@rambler.ru*

Yulia S. TOKAREVA

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
Student; e-mail: youliatokareva@yandex.ru*

INCREASING THE LOCAL HISTORY MUSEUM EFFICIENCY

Abstract. *The article is devoted to the activities of local history museums located in small towns of Russia. The article examines the role of local history museums as a social institution and describes their transformation in modern society. The main subject of research in the article is the principles and technologies of organizing the activities of a local history museum. The article uses the example of the local history museum of the city of Bagrationovsk, Kaliningrad region, and analyzes its activities, attendance, work with tourism companies, the structure of the tourist flow, and forms of work with visitors. Using statistical methods shows an increase in the efficiency of the museum when working with organized children's groups. Using content analysis of visitor reviews gives the possibility to establish that the main content of the exhibition is insufficiently transmitted during museum service. The article, based on a study of the museum's exhibition and an analysis of existing and promising technologies for museum services, formulates the principles and recommended forms of working with visitors, in particular, two principles for the development of a modern museum: interactivity and repeat visits. The article substantiates the effectiveness of the following forms and tools of the museum's work with visitors: interactive exhibition, information kiosks, QR codes for expanded information about exhibits, the formation of excursions in the surrounding area, organized research activities of schoolchildren in the museum, master classes, summer schools, research shifts, game programs, museum quests, stimulation of the co-creation process, active use of souvenirs. The recommendation for interaction among local history museums and other educational and cultural institutions is substantiated.*

Keywords: *local history museum, excursion, organization of museum activities, quest technologies, educational activities, tourist flow*



Citation: Anokhin, A. Yu., & Tokareva, Yu. S. (2023). Increasing the local history museum efficiency. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 105–114. doi: 10.5281/zenodo.10396434. (In Russ.).

Article History

Received 18 October 2023
Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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

© 2023 the Author(s)

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



Введение

Феномен музея, как учреждения культуры, в настоящее время переживает период динамичной трансформации. Появление музея неразрывно связано с осознанием человеком себя в качестве носителя культуры. Именно благодаря этому отдельные предметы быта и обихода становятся хранителями культурных традиций, и, в целом, культурного кода определённого общества или этноса. Существенное развитие системы музейных учреждений связано с активным развитием России в 1860-е гг. Активизация художественной жизни страны способствует созданию музеев не только в столице, но и в регионах [11]. Краеведческий музей является, в какой-то степени, следующим поколением музея, так как накапливает и экспонирует не изначально ценные и уникальные объекты, а артефакты, которые с течением времени обретают ценность для визуализации культурного кода территории. Некоторые авторы, рассматривая феномен краеведческого музея, говорят о его ключевой роли в формировании и сохранении национальной идентичности [3]. Современное развитие цивилизации тесно связано с её информационным следом. Во многих случаях сами события являются недоступными для наблюдения, и только их освещение в информационном пространстве доступно для большинства. В этой ситуации наиболее уязвимой социальной прослойкой являются дети в силу того, что они обладают меньшей критичностью мышления и меньшим базовым объёмом информации, с которым можно сопоставлять события и их оценки. Велика вероятность того, что в будущем эта тенденция будет усиливаться, и всё более широкие слои населения будут погружаться в иллюзию, созданную в информационном пространстве. Именно музей является источником проверенной, структурированной информации, которая может быть представлена целевой аудитории с правильной расстановкой акцентов и безусловной убедительностью. Значительное количество конкретных практических

аспектов, связанных с культурно-образовательной, воспитательной и экскурсионной деятельностью музея требует исследования с учётом меняющихся условий. В их числе – вопросы, связанные с технологиями музейной деятельности, особенно в части экспонирования, презентации, музейной коммуникации и взаимодействия музея с посетителем. В нашей стране насчитывается 2570 музеев, 1351 из них – музеи муниципальных, 852 из них – краеведческие.

Состояние изученности проблемы

Важнейшее направление деятельности музеев в современном обществе направлено на сохранение исторической памяти, знакомство с подлинными объектами историко-культурного наследия, формированием духовно-нравственной среды общества. В этих направлениях музеи работают совместно с другими социокультурными учреждениями: детскими библиотеками, театрами, досуговыми центрами. Некоторые авторы описывают глубинные психологические механизмы в деятельности музея: механизм коммуникации; механизм воздействия образа экспозиции на воспоминания человека; механизм влияния отдельных исторических предметов на появление реминисценций посетителя [17].

Одним из приоритетных направлений культурно-образовательной деятельности музея некоторые авторы считают включение ассоциативного восприятия и воображения посетителя музея, воздействия на эмоциональную и чувственную сферу его личности, обращение к внутреннему миру человека [8]. Краеведческие и другие музеи, направленные на знакомство с местной культурой, являются частью образовательной среды. С одной стороны, мы можем говорить о дидактической составляющей, которая направлена на всеобъемлющее и осознанное знакомство детьми с содержанием музейных экспозиций, исследовательской работе с ними. С другой стороны, в деятельности краеведческих музеев чётко прослеживается направленность на формирование патриотических и гражданских ценностей. Именно они

впоследствии помогают будущему гражданину в социальной адаптации к реальной жизни, в воспитании целостного и позитивного мировосприятия. Именно принцип наглядности формирует у подрастающего поколения наиболее точное представление о предметах, процессах и явлениях прошлого через чувственную сферу. Именно вещественные, документальные свидетельства играют большую вспомогательную роль в познании социокультурных реалий прошлого [14].

Образовательная функция музея в значительной степени может быть индивидуализирована. Одной из актуальных форм деятельности современных музеев является любительская исследовательская деятельность в музее. Она может быть организована сотрудниками музея, а также ими в сотрудничестве с педагогами школ. Самостоятельная исследовательская деятельность учащихся под руководством педагога позволит получить ответы на поставленные вопросы с опорой на фактологический материал, который должен быть лично обработан учащимися по определённой методике. При этом научные руководители (работники музея или педагоги), могут и должны оказывать помощь обучающемуся на всех этапах её реализации – от постановки проблем, определения целей и задач исследования до формулирования правильных выводов [21]. Многие авторы высоко оценивают потенциал и эффективность самостоятельных музейных исследований учащихся. По их оценкам это культивирует бережное отношение к культурному наследию, расширяет кругозор и общую эрудицию, воспитывает патриотическое отношение и любовь к «малой родине». Участие в совместной исследовательской деятельности формирует социальный опыт. Такие исследования часто помогают раскрыть творческий потенциал личности и дают импульс к саморазвитию ребёнка. Значительную часть этих функций могут выполнять не только городские краеведческие, но и школьные музеи, где экспозиция создаётся и изучается самими учащимися

под руководством педагогов [19]. При этом, формирование патриотических ценностей возможно исключительно через живой осмысленный процесс взаимодействия с ценностями, формирующими идентичность и культурное пространство своей страны и приобщение к мировой культуре в целом. Краеведческий музей в этом контексте выступает как структурированное культурно-историческое пространство [1] и создаёт почву для осознания ими себя как субъектов этой культуры и истории [16].

Краеведение как регионспецифичная область знаний рассматривается в нескольких аспектах: природные особенности региона, исторические события, социально-культурные процессы прошлого и настоящего, взаимодействие с общей историей всей России [19].

Методика исследования

Исходя из рассмотренных подходов разных авторов к роли, месту и миссии краеведческого музея в современном социокультурном пространстве, нами была обозначена цель исследования: сформулировать и обосновать направления повышения эффективности деятельности краеведческого музея. В работе использовались методы статистического анализа данных, метод аналогии, контент-анализа.

Результаты исследования

Объектом нашего исследования был выбран Багратионовский музей истории края, расположенный в городе Багратионовске Калининградской области. Постоянная экспозиция музея была открыта в 1993 г., музей размещён в историческом здании Крайсхауса. Общая экспозиционная и выставочная площадь составляет более 200 м². Музей располагает четырьмя залами постоянной экспозиции, четырьмя залами выставочной экспозиции, которая регулярно сменяется. Музей проводит ежегодные научные конференции. Благодаря совместной работе музея с БФУ имени Канта, в Багратионовском районе были размещены информационные стенды. Музей стал организатором двух исторических реконструкций сражения при Прейсиш-Эйлау. Сайт

музея позволяет виртуально в 3d режиме рассмотреть 141 экспонат с разных сторон, пройти виртуальный тур.

Нами была проанализирована посещаемость музея за период с января по сентябрь 2023 г. Группы, которые посещают музей, можно условно разделить на два типа: «обыкновенные», в составе которой могут быть взрослые, либо семьи с детьми и «детские» - организованные группы учебных заведений. Средняя доля детей в «детских» группах составила 86,88%. За указанный период музеем было принято 88 обычных групп и 23 специализированные детские. Всего за указанный период музей посетили 3124 чел., из которых 2063 чел. – взрослые туристы, а 1061 чел. – дети. Также в исследовании была рассмотрена динамика посещаемости музея по месяцам (рис. 1), каждая группа по была отражена столбцом на гистограмме. Из графика следует, что наибольшее количество групп музей обслужил в апреле. По вертикали отложено общее количество человек в группе. Для анализа этого параметра был

использован метод построения полиномиальной линии тренда. Как следует из указанного графика, первый пик посещаемости музея приходится на январские праздники, с существенным спадом в феврале и ростом в конце марта – начале апреля. Рост численности групп в апреле обусловлен большим количеством «детских» групп, в этом месяце количество детей превысило количество взрослых посетителей. В мае-июне наблюдается очередной спад численности групп, что связано с меньшим количеством «детских» групп и незначительным размером обычных групп. Существенный подъем линии тренда в августе связан с общей положительной динамикой туристских прибытий в регион, что неизбежно отразилось на посещении данного музея, который ведущими турфирмами включается в экскурсии, охватывающие несколько городов региона. Некоторое снижение численности «обыкновенных» групп в сентябре вновь было компенсировано большим количеством «детских» групп и их размером – 398 чел. за сентябрь.

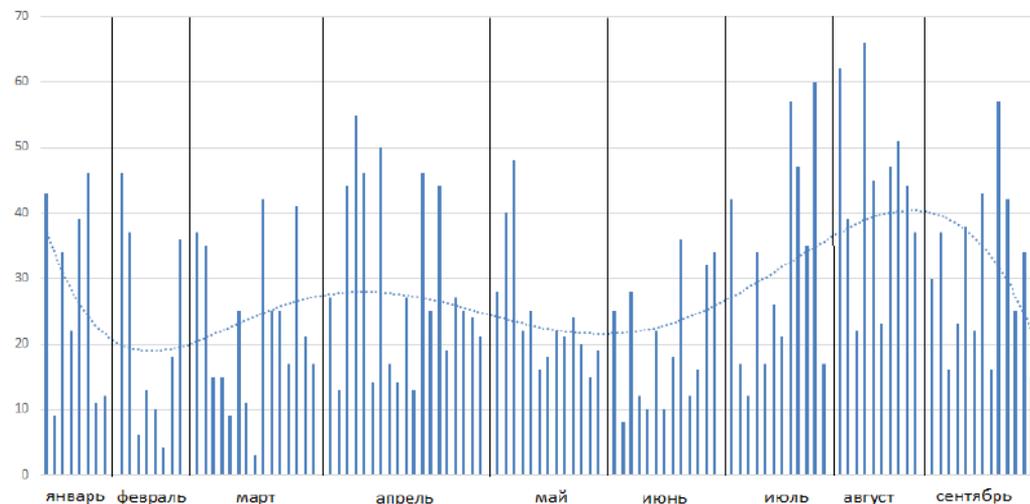


Рис. 1 – Динамика посещаемости музея по месяцам

(один столбец – одна группа, по вертикальной оси отложено кол-во человек в группе)

Fig. 1 – Dynamics of museum attendance by month

(one column – one group, the vertical axis shows the number of people in the group)

Исходя из диаграммы, значительное количество детских групп позволяет в значительной степени увеличить его общую

посещаемость. Нами были проанализированы статистические параметры «обыкновенных» и «детских» групп. При этом и

среднее значение (26,25 чел. против 34,31 чел.), и медианное значение (23 против 37) численности детских групп достоверно, в полтора раза превышало численность «обыкновенных» групп. Для оценки восприятия музея экскурсантами, нами были проанализированы отзывы на сайте TripAdvisor. Как следует из результатов методики контент-анализа, в наибольшей степени посетители музея обратили внимание на исторические аспекты, включая историческое название города – Преишиш-Эйлау. Другие значимые слова, которые характеризовали данный музей, это: «интересный», «город», «культура», «экспозиция», «небольшой». При этом важно отметить, что в отзывах редко встречались слова, связанные с тематикой Наполеоновских войн, хотя эта тема охватывает большую часть залов музея и, в целом, является его «визитной карточкой».

Обсуждение результатов исследования

В работе мы поставили перед собой цель сформулировать направления повышения эффективности деятельности краеведческого музея. Этот процесс можно рассматривать в нескольких плоскостях: экономическая [18], технологическая, образовательная, социальная.

Прежде всего, одним из направлений развития музея является рост его посещаемости. Посещаемость и экономика музея связаны через стоимость посещения. Изменения цены приводит к изменению посещаемости на основе закона спроса и предложения. Эта зависимость теоретически является обратно пропорциональной, но в реальности изменение цены и посещаемость связаны через коэффициент эластичности спроса по цене. При высоком коэффициенте посещаемость меняется сильнее, чем изменение цены, при низком – наоборот. В литературе нами был найден анализ этого коэффициента для некоторых европейских музеев. Его значения составили в среднем $-0,12$ – $-0,26$ [9]. Столь низкие значения данного коэффициента свидетельствует о том, повышение цены не окажет

существенного влияния и не снизит посещаемость музея. Безусловно, для детской и молодёжной категории посетителей могут быть предусмотрены льготные цены, либо абонементы при регулярном посещении. Активная работа музея с организаторами экскурсий тоже играет важную роль, дополняя спонтанные посещения устойчивым регулярным потоком посетителей. Некоторые авторы на стыке областей знания о сервисе и отрасли туризма формулируют научное направление «Туристическая сервисология», дают её понятие и формулируют её законы [7]. Не вдаваясь в их глубокий анализ, согласимся с тем, что именно методы интеграции музейной деятельности и туристической отрасли играют важную роль для повышения посещаемости небольших музеев. Как следует из анализа посещаемости в нашем исследовании, большинство посещений было инициировано турфирмами за счёт включения музея в программы своих регулярных экскурсий.

В экономическом контексте можно рассмотреть и сувениры, как одну из возможностей монетизации посещения музея. По опыту деятельности музеев в регионе, стоимость приобретённых сувениров нередко превышает стоимость билета. Большое разнообразие сувенирной продукции повышает экономическую эффективность музея. Сувенир рассматривается не только как товар, предлагаемый в музее, но и является одной из технологий трансляции его смыслов. Таким образом, сувенир представляет собой компонент социально-культурной проекции музея. Сегодня выявляют такие функции сувениров как: создание ассоциаций и сохранение воспоминаний; репрезентация и продвижение бренда музея; эстетическая и художественная ценность; подарок и демонстрация лояльности к организациям-партнёрам [15]. В технологической плоскости механизмы повышения эффективности деятельности и развития музея могут быть реализованы через внедрение различных информационных технологий и устройств, позволяющих посетителю музея осуществлять интерактивную комму-

никацию с экспозицией. Здесь возможен широкий диапазон технологий: от QR кодов, считываемых пользовательскими устройствами посетителей, до инфокиосков и проекционных технологий. Использование таких технологий делает музей более «современным» и привлекает молодёжную аудиторию. Использование проекционных технологий и инфокиосков позволяет увеличить количество представленных «объектов показа», расширить объём и модальность информации о них. Безусловно, эти технологии являются достаточно затратными, но при их правильном использовании эффективность может превысить издержки. Основным вопросом инновационного развития музеев является влияние нововведений на качественный рост эффективности, а также соотношение затрат и доходов [9]. Использование QR-кодов позволяеткратно увеличивать объём информации, сопровождающей объект показа или экспонат, а также дополнять её графическими изображениями, видеоматериалами или звуками [13]. Эта же технология может использоваться за пределами музея для формирования экскурсионных маршрутов по прилегающей территории [6].

Значительный эффект в повышении эффективности деятельности краеведческого музея с патриотическим акцентом будут оказывать образовательные и социально-культурные технологии организации его деятельности. Как уже было описано, содержательной доминантой экспозиции Багратионовского музея истории края является тематика Наполеоновских войн. Именно здесь, в 1807 г., за 5 лет до Бородинского сражения, Наполеон понял, что в Европе есть сила, равная ему. Многие будущие герои Бородино приняли участие в сражении при Прейсиш-Эйлау. Во многом развитие этой тематики, значимой для молодёжи Калининградской области, а также для приезжающих из России туристических групп, можно использовать для развития образовательного потенциала деятельности Багратионовского музея. Позволим себе сформулировать два важных

принципа развития современного музея: интерактивность и повторные посещения. Интерактивность является современной формой музейной коммуникации [5], повторные посещения являются практически неограниченным ресурсом для повышения посещаемости музея, именно они формируют образовательную и социокультурную среду, организационным и методическим центром которой является музей. Такой процесс возможен в виртуальной или интерактивной среде с использованием современных медиатехнологий, когда зрители могут участвовать в процессе со/творчества, создавая выставки, экскурсии, программы, осуществляя собственные проекты и исследования [10]. Вне культуры существование человечества на планете лишается смысла. По этой причине, культурная миссия музея состоит не в демонстрации объектов и сообщении информации. Музейный показ – не цель, а средство. Истинная цель культурного пространства музея – приобщить ребёнка к истинной культуре, сделать его творцом, а не потребителем. В этом наши идеи сходны, с уже проведёнными исследованиями проектной деятельности младших школьников [4].

Актуальными тенденциями развития музея сегодня, является проведение мастер-классов, летних школ, исследовательских смен, игровых программ, а также музейных квестов [2], то есть, создание атмосферы новизны. На базе музея в малом городе всегда возможна организация клубов по интересам, основанного на тематике музея. Музеи Калининградской области принимают активное участие в общероссийских мероприятиях, например, музейная ночь. В ходе музейных уроков решаются разнообразные педагогические задачи, а это требует активного взаимодействия с учреждениями образования и культуры [5]. Предложенные задания задействуют разные виды деятельности, в том числе связанные с творчеством и воображением [12]. Взаимосвязь направлений деятельности музея, ожидаемых эффектов и инструментов отражена в табл. 1.

Таблица 1 – Технологии повышения эффективности деятельности музеев

Table 1 – Technologies for increasing the museums' efficiency

Направления	Ожидаемый эффект	Инструменты
Сохранение исторической памяти	Осознание себя как части социума в контексте его культуры	Сувениры, мастер-классы, летние школы, квесты,
Знакомство с местной культурой	Устойчивые знания и представления о местной культуре	Сувениры, QR-коды, инфокиоски, летние школы, квесты, клубы по интересам
Любительская исследовательская деятельность	Глубокие знания и собственные научные результаты в исследуемой области	Летние школы, исследовательские смены, экспедиции, музейные уроки
Формирование ценностей	Устойчивая, позитивная структура ценностных ориентаций	Интерактивность, процесс со-творчества, мастер-классы, летние школы, клубы по интересам

Выводы

В данной статье нами была рассмотрена организация деятельности краеведческого музея, расположенного в малом городе. Основная роль музея понимается нами как создание интерактивного культурно-образовательного пространства. Посещаемость музея формируется индивидуальными посетителями, а также туристическими группами, среди которых особо можно выделить организованные детские группы. В качестве перспективных направлений развития краеведческого музея можно рассматривать взаимодействие с образовательными учреждениями с целью организация экскурсий и интерактивных образовательных мероприятий. Это является значимым компонентом социализации, патриотического воспитания и общекультурного развития молодёжи. Высокую эффективность обеспечит взаимодействие с турфирмами, которые организуют детские экскурсии патриотической направленности по федеральным грантам. В

работе рассматриваются перспективы внедрения организационных и технологических инноваций на базе музея. Одним из наиболее значимых направлений развития краеведческого музея, нам видится создание единого культурно-образовательного пространства, которое будет охватывать и другие учреждения образования и культуры. Это позволит создать целостную культурно-образовательную среду для детей и молодёжи города. Это среда позволит детской аудитории участвовать в исследовательских работах, реализовывать собственные проекты в сфере истории, культуры, военно-патриотического воспитания. Для стимулирования повторных посещений музея местными подростками, а также повышения его привлекательности для приезжих детских групп, рекомендуется разработать систему музейных и городских квестов, которые, вследствие реализации принципа интерактивности, сделают музейные услуги более востребованными и интересными.

Список источников

1. Алексеева Н.В. Историко-краеведческий музей истории школы – центр духовно-нравственного и гражданско-патриотического воспитания школьников // Ментор. 2023. №1. С. 77–78.
2. Анохин А.Ю. Инновационные квест-технологии в организации музейной деятельности // Вестник РМАТ. 2022. №1. С. 124–127.
3. Бомбешко И.И. Краеведческий музей: трансформация дефиниции и содержания деятельности // Вестник Белорусского гос. ун-та культуры и искусств. 2017. №1(27). С. 164–170.
4. Веселова В.И. Использование краеведческого материала в проектно-исследовательской деятельности младших школьников // Марийское краеведение: опыт и перспективы развития. 2020. Т.1. №1. С. 130–132.

5. Воробьёва Г.И., Орфаниди Н.И., Акоева Н.Б. Организация деятельности регионального музея с использованием интерактивных технологий // Культурная жизнь Юга России. 2020. №4(79). С. 91–100. DOI: 10.24412/2070-075X-2020-4-91-100.
6. Ворончихина М.В. Глазовский краеведческий музей в системе туризма // Чувацкий Национальный музей: люди, события, факты. 2023. №18. С. 216–220.
7. Глущенко В.В., Глущенко И.И. Интеграция туристического и музейного дела в рамках методологии сервисологии // Бюллетень науки и практики. 2018. Т.4. №2. С. 287–302. DOI: 10.5281/zenodo.1173278.
8. Грибкова Г.И., Умеркаева С.Ш. Организация семейного досуга в условиях культурно-образовательной деятельности музея // Наука, технологии и инновации в современном мире. 2015. №1(2). С. 15–23.
9. Журавлева И.В., Трегулова И.П. Экономические особенности деятельности музеев // Учёные записки Крымского федерального ун-та им. В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2018. Т.4(70). №4. С. 75–86.
10. Кильдюшева А.А. Потенциал музея в условиях кризиса и трансформации современного образования // Идеи и идеалы. 2021. Т.13. №1-1. С. 69-79. DOI: 10.17212/2075-0862-2021-13.1.1-69-79.
11. Корженко О.М., Вершинская Г.М. Роль краеведческих музеев России в системе сохранения регионального историко-культурного наследия // Modern Science. 2020. №10-1. С. 14–19.
12. Коркишко Д.В. Научно-популярные музейные издания как способ работы с детской аудиторией: опыт БГКМ в подготовке "Музейной азбуки" // Брянский краеведческий вестник. 2021. №2(2). С. 113–116.
13. Максимова А. Краеведческий музей // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. 2023. №1(147). С. 183–192.
14. Микулина К.Г. Школьный краеведческий музей как основное средство достижения метапредметных результатов в условиях введения ФГОС второго поколения // Вестник ГОУ ДПО ТО "ИПК и ППРО ТО". Тульское образовательное пространство. 2017. №1. С. 116–118.
15. Никифорова А.А., Скульмовская Л.Г. Сувенирная продукция в музеях: современные кейс-практики // Вестник культуры и искусств. 2018. № (54). С. 80–88.
16. Петренко А.И. Краеведческий музей как аттрактор воспитания патриотизма // Академический вестник Академии социального управления. 2017. №1(23). С. 38–42.
17. Петров А.В. Историко-краеведческий музей как феномен актуализации способности человека к вызыванию воспоминаний // Музей. Памятник. Наследие. 2017. №2. С. 67–76.
18. Проскова Е. Развитие музеев в современных рыночных условиях // Музей. 2020. №4. С. 56–63.
19. Трусова А.С., Балашова А.А. Краеведческий музей как важный культурно-просветительский элемент края // Наука и Образование. 2021. Т.4. №2.

References

1. Alekseeva, N. V. (2023). Istoriko-kraevedcheskij muzej istorii shkoly – centr duhovno-nravstvennogo i grazhdansko-patrioticheskogo vospitaniya shkol'nikov [Historical and local history museum of school history – the center of spiritual, moral and civil-patriotic education of schoolchildren]. *Mentor*, 1, 77–78. (In Russ.).
2. Anokhin, A. Yu. (2022). Innovacionnye kvest-tehnologii v organizacii muzejnoj deyatel'nosti [Innovative quest technologies in the organization of museum activities]. *Vestnik RMAT [RIAT Bulletin]*, 1, 124–127. (In Russ.).
3. Bombeshko, I. I. (2017). Kraevedcheskij muzej: transformaciya definicii i sodержaniya deyatel'nosti [Museum of Local Lore: transformation of the definition and content of activities]. *Vestnik Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv [Bulletin of the Belarusian State University of Culture and Arts]*, 1(27), 164–170. (In Russ.).
4. Veselova, V. I. (2020). Ispol'zovanie kraevedcheskogo materiala v proektno-issledovatel'skoj deyatel'nosti mladshih shkol'nikov [Use of local history material in the design and research activities of junior schoolchildren]. *Marijskoe kraevedenie: opyt i perspektivy razvitiya [Mari local history: experience and development prospects]*, 1(1), 130–132. (In Russ.).

5. Vorobieva, G. I. (2020). Organizaciya deyatel'nosti regional'nogo muzeya s ispol'zovaniem interaktivnykh tekhnologij [Organization of the activities of a regional museum using interactive technologies]. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii [Cultural life of the South of Russia]*, 4(79), 91–100. doi: 10.24412/2070-075X-2020-4-91-100. (In Russ.).
6. Voronchihina, M. V. (2023). Glazovskij kraevedcheskij muzej v sisteme turizma [Glazov Museum of Local Lore in the tourism system]. *Chuvashskij Nacional'nyj muzej: lyudi, sobytiya, fakty [Chuvash National Museum: people, events, facts]*, 18, 216–220. (In Russ.).
7. Glushchenko, V. V. (2018). Integraciya turisticeskogo i muzejnogo dela v ramkah metodologii servisologii [Integration of tourism and museum business within the framework of service methodology]. *Vyulleten' nauki i praktiki [Bulletin of Science and Practice]*, 4(2), 287–302. (In Russ.).
8. Gribkova, G. I. (2015). Organizaciya semejnogo dosuga v usloviyah kul'turno-obrazovatel'noj deyatel'nosti muzeya [Organization of family leisure in the conditions of cultural and educational activities of the museum]. *Nauka, tekhnologii i innovacii v sovremennom mire [Science, technology and innovation in the modern world]*, 1(2), 15–23. (In Russ.).
9. Zhuravleva, I. V. (2018). Ekonomicheskie osobennosti deyatel'nosti muzeev [Economic features of the activities of museums]. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo [Scientific notes of the V. I. Vernadsky Crimean Federal University]*, 4(70), 75–86. (In Russ.).
10. Kil'dyusheva, A. A. (2021). Potencial muzeya v usloviyah krizisa i transformacii sovremenno obrazovaniya [The potential of the museum in the conditions of crisis and transformation of modern education]. *Idei i idealy [Ideas and ideals]*, 13(1-1), 69–79. (In Russ.).
11. Korzhenko, O. M. (2020). Rol' kraevedcheskih muzeev Rossii v sisteme sohraneniya regional'nogo istoriko-kul'turnogo naslediya [The role of local history museums of Russia in the system of preserving regional historical and cultural heritage]. *Modern Science*, 10-1, 14–19. (In Russ.).
12. Korkishko, D. V. (2021). Nauchno-populyarnye muzejnye izdaniya kak sposob raboty s detskoj auditoriej: opyt BGKM v podgotovke "Muzejnoj azbuki" [Popular science museum publications as a way of working with children's audiences: the experience of the Belarusian State Conservatory in the preparation of the "Museum ABC"]. *Bryanskij kraevedcheskij vestnik [Bryansk Regional History Bulletin]*, 2(2), 113–116 (In Russ.).
13. Maksimova, A. (2023). Kraevedcheskij muzej [Museum of Local Lore]. *Neprikosnovennyj zapas. Debaty o politike i kul'ture [Emergency reserve. Debates about politics and culture]*, 1(147), 183–192. (In Russ.).
14. Mikulina, K. G. (2017). Shkol'nyj kraevedcheskij muzej kak osnovnoe sredstvo dostizheniya metapredmetnykh rezul'tatov v usloviyah vvedeniya FGOS vtorogo pokoleniya [School local history museum as the main means of achieving meta-subject results in the context of the introduction of the second generation Federal State Educational Standard]. *Vestnik GOU DPO TO "IPK i PPRO TO [Bulletin of the State Educational Institution of Additional Professional Education "IPK and PPRO TO". Tula educational space]*, 1, 116–118. (In Russ.).
15. Nikiforova, A. A. (2018). Suvenirnaya produkcija v muzeyah: sovremennye kejs-praktiki [Souvenir products in museums: modern case practices]. *Vestnik kul'tury i iskusstv [Bulletin of culture and arts]*, 2(54), 80–88. (In Russ.).
16. Petrenko, A. I. (2017). Kraevedcheskij muzej kak attraktor vospitaniya patriotizma [Local history museum as an attractor for the education of patriotism]. *Akademicheskij vestnik Akademii social'nogo upravleniya [Academic Bulletin of the Academy of Social Management]*, 1(23), 38–42. (In Russ.).
17. Petrov, A. V. (2017). Istoriko-kraevedcheskij muzej kak fenomen aktualizacii sposobnosti cheloveka k vyzvaniyu vospominanij [Museum of History and Local Lore as a phenomenon of actualizing a person's ability to evoke memories]. *Muzej. Pamyatnik. Nasledie [Museum. Monument. Heritage]*, 2, 67–76. (In Russ.).
18. Prosekova, E. (2020). Razvitie muzeev v sovremennykh rynochnykh usloviyah [Development of museums in modern market conditions]. *Muzej [Museum]*, 4, 56–63. (In Russ.).
19. Trusova, A. S. (2021). Kraevedcheskij muzej kak vazhnyj kul'turno-prosvetitel'skij element kraya [Local history museum as an important cultural and educational element of the region]. *Nauka i Obrazovanie [Science and Education]*, 4(2). (In Russ.).

УДК 379.85:911.3 EDN: BWZMRC
DOI: 10.5281/zenodo.10396753

КРОПИНОВА Елена Геннадиевна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
доктор географических наук, доцент; e-mail: ekropinova@kantiana.ru*

ЛЕСНЫХ Анна Игоревна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
магистр туризма; e-mail: annaforest1@mail.ru*

ЗАХАРОВ Станислав Евгеньевич

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
аспирант; e-mail: stas.zaharov.97@mail.ru*

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ (НА ПРИМЕРЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

Работа посвящена изучению событийного туризма и его роли в формировании имиджа территории. В статье анализируются различные подходы к определению данного понятия, на основе которых авторы выявляют основные характеристики, присущие данному виду туризма. Показано, что многие концепции геобрендинга, построены вокруг событийного маркетинга, позволяющего преобразовать яркое событие в бренд территории. В статье приведена характеристика Калининградской области как территории, перспективной для развития событийного туризма, обозначен её туристский потенциал. В ходе качественного и количественного анализа Календаря событий, размещённого на Туристическом портале Калининградской области «Визит в Калининград», авторы систематизировали все (более 600) размещённые на портале события по типам и представили их распределение по муниципальным образованиям Калининградской области. Выявлены существенные различия среди муниципалитетов по их количеству и тематической направленности. Одновременно проведённый анализ поисковых запросов о событийных мероприятиях показал наибольший спрос на майские праздники, в то время как их наибольшее количество в Календаре приходится на летний период, сам по себе являющийся привлекательным для туристов, прибывающих в регион. При этом был выявлен интерес к событийным мероприятиям в том числе за пределами регионального центра – в муниципалитетах области. По результатам проведённого исследования предложены рекомендации по совершенствованию Календаря событий. Отмечена актуальность для руководителей региональных и муниципальных органов власти по проведению более скоординированной и планомерной работы по планированию Календаря событий с учётом туристско-рекреационного потенциала территорий, их уже сложившегося имиджа (или сообразно планам по его формированию), календарной последовательности и сезонной целесообразности, а также с учётом клиентоориентированности.

Ключевые слова: *событийный туризм, туристско-рекреационный потенциал, туризм в регионе, информационные ресурсы туризма, геобрендинг, имидж территории, муниципальные образования, Калининградская область*



Для цитирования: Кропинова Е.Г., Лесных А.И., Захаров С.Е. Актуальные аспекты и перспективы развития событийного туризма на региональном и муниципальном уровнях (на примере Калининградской области) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 115–126. DOI: 10.5281/zenodo.10396753.

Дата поступления в редакцию: 23 октября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

Elena G. KROPINOVA

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
PhD (Dr.Sc.) in Geography, Professor; e-mail: ekropinova@kantiana.ru*

Anna Ig. LESNYH

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
M.S.; e-mail: annaforest1@mail.ru*

Stanislav E. ZAKHAROV

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
Post-graduate Student; e-mail: stas.zaharov.97@mail.ru*

THE REGIONAL AND MUNICIPAL EVENT TOURISM (THE CASE OF THE KALININGRAD REGION): CURRENT ISSUES AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Abstract. *The work is devoted to the event tourism and its role in creating the image of a territory. The article analyzes various approaches to defining this concept. This gave the authors possibility to identify the main characteristics inherent in event tourism. It is shown that many geobranding concepts are built around event marketing, making possible to transform a significant event into a territory brand. The article describes the Kaliningrad region as a territory promising for the event tourism development, and outlines its tourism potential. For qualitative and quantitative analysis, the authors have studied the Calendar of Events posted on the "Visit-Kaliningrad", Tourist Portal of the Kaliningrad Region. Based on it, the authors have systematized over 600 events presented on the portal by type, and have presented their distribution among the municipalities of the Kaliningrad Region. Significant differences are revealed among municipalities their number and thematic focus. At the same time, the search queries analysis for events showed the greatest demand for May-holidays. But the largest number of them in the Calendar are held in the summer period, attractive itself for tourists arriving here. At the same time, the events outside the regional center are in interest. Based on the results of the study, the authors give the recommendations for improving the Events Calendar. The article notes the relevance for the heads of regional and municipal authorities for more coordinated and systematic work on planning the Calendar of Events. It is important to create it considering the tourist and recreational potential of the territories, their already established image (or in accordance with plans for its creation), calendar sequence and seasonal feasibility, and customer focus.*

Keywords: *event tourism, tourism and recreational potential, tourism in the region, tourism information resources, geobranding, image of the territory, municipalities, the Kaliningrad region*



Citation: Kropinova, E. G., Lesnyh, A. Ig., & Zakharov, S. E. (2023). The regional and municipal event tourism (the case of the Kaliningrad region): Current issues and development prospects. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 115–126. doi: 10.5281/zenodo.10396753. (In Russ.).

Article History

Received 23 October 2023
Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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

© 2023 the Author(s)

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



Введение

Событийный туризм является важной составляющей мировой туристической индустрии. Его рыночную долю в мире в 2022 г. эксперты оценили в 1,5 трлн USD¹, что с учётом имеющихся официальных данных за 2022 г. о вкладе индустрии туризма во внутренний валовой продукт (ВВП) в объёме 2,5 трлн USD², составляет порядка 60%. По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), в 2022 г. вклад сектора путешествий и туризма в мировой ВВП составил 7,6%, что соответствует увеличению на 22% по сравнению с 2021 г. и всего на 23% ниже уровня 2019 г., а к марту 2023 г. в 34 из 185 странах вклад туристической отрасли в национальный ВВП уже вернулся на уровень 2019 г. В организации прогнозируют, что к концу 2023 г. туристическая индустрия в почти половине из 185 стран либо полностью восстановится, либо достигнет 95% от объёмов допандемийного уровня³.

Обозначенные тренды, соответственно, позволяют сделать прогноз и для событийного туризма. По оценкам экспертов, представленным в Отчёте о состоянии рынка событийного туризма, к 2033 г. событийный туризм достигнет рыночной стоимости в 2,33 трлн USD, при этом согласно прогнозам, среднегодовые темпы роста составят порядка 4,1% с 2023 по 2033 гг.¹

Спрос на событийный туризм растёт в геометрической прогрессии, и ключевым движущим фактором рынка является уровень мероприятия (мировой, континентальный, национальный), который в значительной степени влияет и на осведомлённость потребителей. Важным мотиватором любого туризма являются события, и они занимают видное место в маркетинговых стратегиях дестинаций различного уровня.

Анализ научных публикаций, связанных

с событийными мероприятиями, и опубликованных в Журнале «Анналы туристических исследований» (Annals of Tourism Research) за последние 30 лет (1992–2022 гг.), проведённый М. Дуиньян (Michael V. Duignan) показал, что 11 работ были опубликованы в период с 1992 по 2002 гг.; 19 опубликовано в период с 2003 по 2012 гг.; и 42 опубликованы в период с 2013 по 2022 гг. 64 из 72 выявленных статей были основаны на устоявшихся поисковых запросах по ключевым словам: «события», «фестивали», «спортивные мероприятия», «культурные мероприятия», «культурные фестивали», «марафон», «Олимпиада», «Чемпионат мира» и «событийный туризм» [14]. Это отражает, с одной стороны, направленность событийных мероприятий, а с другой – динамику роста интереса к этому виду путешествий.

Актуальность событийного туризма состоит и в его возможности «расширения» туристического сезона, что актуально для большинства российских территорий [9]. Событийный туризм способен не только привлечь новых туристов в регион, но и служит хорошим двигателем для социализации молодых людей, помогает в расширении кругозора и выполняет познавательно-образовательную функцию, что делает его значимым инструментом культурной политики. Кроме того, многие из вышеобозначенных аспектов составляют основу привлекательности этого вида туризма именно для молодёжи. Прежде всего это относится к таким его ключевым характеристикам, как массовость, инновационность, зрелищность и интерактивность.

Создание значимых событий благоприятно влияет и на развитие бренда территории, выступая инструментом маркетинговых технологий [10]. В 2018 г. целый

¹ Event tourism market report // Future Market Insights <https://www.futuremarketinsights.com/reports/event-tourism-sector-outlook> (Дата обращения: 15.04.2023).

² UN World Tourism Organization (2023). International Tourism Highlights, 2023. The impact of COVID-19 on tourism (2020–2022). Madrid: UNWTO. DOI: 10.18111/9789284424504.

³ Economic Impact Research // World tourism and travel council. URL: <https://wttc.org/research/economic-impact> (Дата обращения: 15.04.2023).

выпуск журнала «Современные проблемы сервиса и туризма» вышел под названием «Проблемы территориального туристского брендинга: мировой и российский опыт» [2].

Многие концепции геобрендинга, построенные вокруг событийного маркетинга. Благодаря их проведению, расширяется финансирование этой территории, формируется её благоприятный имидж, а также значительно увеличивается узнаваемость в глобальном пространстве [8]. Существует даже гипотеза возможности формирования туристских кластеров на основе событийных мероприятий [9].

Во многом это связано со следующим кумулятивным эффектом объединения мероприятий событийного туризма и геобрендинга территории, который возникает в результате следующего:

- 1) в преддверии «события» в СМИ размещается значительный массив рекламной информации, которая привлекает внимание потенциальных посетителей и формирует спрос на данное мероприятие;
- 2) при прочих равных условиях неопределённости для туриста (когда он не знаком или плохо знаком с территорией), с большей вероятностью решение будет принято в пользу территории, на которой в интересующий туриста период времени будет проходить мероприятие;
- 3) событийный туризм позволяет регулировать сезонный спрос, смягчая эффект сверх нагрузок (овертуризм), и, наоборот, обеспечивая дополнительный приток туристов и рекреантов (в том числе местных жителей) в низкий туристический сезон;
- 4) включённое в Календарь событий туристической дестинации «событие» может рассматриваться как самостоятельная цель посещения территории, тем самым становясь её брендом;
- 5) участие в событии известных личностей добавляет эффект узнаваемости территории, что также делает её более интересной для посещения.

Помимо вышеобозначенных эффектов ряд авторов также выделяют следующие «эффекты»: «сарафанного радио», катализатор развития смежных отраслей, продажа продукции местных товаропроизводителей, её продвижение на внешние рынки и др. [5, 12, 13].

Важно отметить, что специальные мероприятия давно зарекомендовали себя как действенный способ формирования имиджа территории [3]. Это понимают и туристические компании, активно предлагающие «событие» как основную цель путешествия. Например, согласно оценкам экспертов по состоянию на 2018 г. более 600 туристских предприятий в России занимались реализацией событийных внутренних туров [3].

Подходы к понятию «событийный туризм»

Событийный туризм имеет давнюю историю. Однако, согласно исследованию, проведённому Гетцем, термин «событийный туризм» не использовался широко, если вообще использовался, вплоть до 1987 г., когда Департамент туризма и рекламы Новой Зеландии сообщил: «Событийный туризм является важным и быстро растущим сегментом международного туризма...». В статье Гетца, опубликованной в 1989 г. в журнале «Управление туризмом» («Специальные мероприятия: определение продукта»), была разработана основа планирования «событийного туризма». До этого было принято говорить о специальных событиях, знаковых событиях, мегасобытиях и конкретных типах событий (фестивалях, спортивных мероприятиях и др.). Начиная с 1990-х гг. «событийный туризм» общепризнан как включающий в себя все запланированные мероприятия в комплексном подходе к развитию и маркетингу [15]. В более поздних научных изданиях можно встретить определения данного вида туризма, предлагаемые и другими зарубежными авторами [16], а также различными организациями. В российской научной литературе подходы к определению данного термина были подробно система-

тизированы в работе Леонидовой Е.Г. [11].

Анализ существующих определений позволил выявить следующие наиболее общие характеристики событийного туризма: ориентированность на мероприятия; явление социальной массовости; временная ограниченность; экономическое влияние; вариативность; способствует межкультурному обмену.

Таким образом, в настоящее время событийный туризм является одним из основных видов туризма, который продолжает своё развитие благодаря новым технологиям и социальным изменениям. Событийный туризм является важным инструментом для привлечения туристов и развития культурного обмена между странами и регионами.

Методы и методология

На начальной стадии выявления объектов для анализа авторы опирались на метод непосредственного поиска информации с использованием гипертекстовой ссылки «Календарь событий» – событийные мероприятия в Калининградской области на туристическом информационном портале Калининградской области. Поиск информации и ее сортировка была произведена путем последовательного просмотра информации с помощью браузера. Мероприятия были сгруппированы по основным типам событий, представленных в календаре. Всего было проанализировано 610 событийных мероприятий, запланированных на 2023 год.

Для изучения вопросов эффективности продвижения событийного туризма использовался метод поиска информации в сети Интернет, в ходе которого была

осуществлена последовательность действий, от определения предмета поиска «мероприятия, события Калининградская область», до получения ответа на поставленные в ходе исследования вопросы: какова интенсивность поиска по обозначенным тегам в течение года. Поиск информации проводился с использованием сервиса Яндекс.

Характеристика территории исследования

Калининградская область расположена на западе России и является эксклавом Российской Федерации. У неё есть выход к Балтийскому морю, и она граничит с европейскими государствами – Литвой и Польшей. Калининградская область – это не только исторические достопримечательности, но и красивые пляжи, парки, музеи и театры⁴.

В Калининградской области, согласно данным последней переписи населения Российской Федерации, проживают 955,3 тыс. чел., национальный состав: русские, белорусы, украинцы; городских жителей 80%⁵; включает 13 административных районов, 22 города, 5 посёлков городского типа⁶.

История Калининградской области насчитывает более 700 лет. За это время здесь были созданы уникальные архитектурные памятники, которые привлекают туристов. Среди них можно выделить Кафедральный собор, музей Янтаря, фортификационные сооружения и другие исторические здания. Во многих из них размещены объекты культуры. По данным на 2023 год, в Калининградской области имеется: 7 театров, 8 концертных залов, 12 кинотеатров⁷.

⁴ Характеристика субъекта // МЧС России Главное управление по Калининградской области URL: <https://39.mchs.gov.ru/glavnoe-upravlenie/harakteristika-subekta> (Дата обращения: 15.04.2023).

⁵ Представительство Правительства Калининградской области при Правительстве РФ: Официальный сайт. URL: <https://msk.gov39.ru/kaliningradskaya-oblast/geograficheskoe-polozhenie/> (Дата обращения: 10.10.2023).

⁶ Калининградская область // Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации. URL: https://www.mnr.gov.ru/activity/regions/kaliningradskaya_oblast/ (Дата обращения: 15.04.2023).

⁷ О Калининграде и области // Туристический портал Калининградской области. URL: <https://visit-kaliningrad.ru/info/about/> (Дата обращения: 15.04.2023).

Здесь расположено 16 муниципальных и государственных музеев, 11 музеев частных. Музей Мирового океана и Музей янтаря входят в число наиболее популярных объектов показа⁸. Калининградская область известна своими природными достопримечательностями. Здесь расположен национальный парк «Куршская коса».

Количество туристов, посещающих Калининградскую область, возрастает: если в 2019 г. область посетили около 1,74 млн туристов, то, согласно прогнозам, регион в 2023 г. посетит более 2 млн чел.⁹

Министерство по культуре и туризму рассматривает в качестве приоритетных для развития туризма в регионе два направления: развитие культурно-познавательного туризма; вовлечение в туристическую деятельность восточной части области [1].

Результаты исследования и дискуссия

Портал «Визит в Калининград» – это онлайн-платформа Туристического информационного центра Калининградской области (ТИЦ), предназначенная для помощи посетителям в планировании поездки в Калининград. Портал предлагает разнообразную информацию о регионе, включая его историю, культуру, достопримечательности и события. Помимо путеводителя по достопримечательностям, портал «Визит в Калининград» предлагает посетителям иную полезную информацию, а именно: перечень средств размещения, рекомендации ресторанов и информацию о транспорте. Портал доступен на нескольких языках. Здесь также размещена информация о местных событиях, фестивалях и культурных мероприятиях¹⁰. Календарь событий

Калининградской области богат на различные мероприятия и праздники. В Календаре собрано более 610 интересных событий, которые раскрывают уникальные особенности области¹¹. В ходе исследования нами проведён анализ всех событийных мероприятий области, которые были сгруппированы по тематическим группам (рис. 1). Выявлено, что Калининградская область проводит значительное количество разнообразных мероприятий, включая: 68 фестивалей (7% от общего числа мероприятий); 120 праздников (13%); 5 реконструкций (0.5%); 42 выставки (4%); 73 спортивных мероприятий (8%); 82 акции (9%); 64 патриотических мероприятий (7%); 11 конференций (1%); 28 народных гуляний (3%); 24 музыкальных фестивалей (3%); 2 литературных фестивалей (0.2%).



Рис. 1 – Распределение событийных мероприятий в Калининградской области¹¹, %

Fig. 1 – Distribution of events in the Kaliningrad region, %

Согласно статистике, только за последние два года количество событийных мероприятий в Калининградской области

⁸ Официальный сайт Правительства Калининградской области. URL: <https://gov39.ru> (Дата обращения: 01.01.2022).

⁹ Турпоток в Калининградскую область по итогам года может превысить 2 млн человек. ИНТЕРФАКС Северо-Запад. 14.08.2023. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/100998> (Дата обращения: 15.10.2023).

¹⁰ Туристический портал Калининградской области. URL: <https://visit-kaliningrad.ru/info/about/> (Дата обращения: 15.04.2023).

¹¹ По данным: Календарь событий // Туристический портал Калининградской области. URL: <https://visit-kaliningrad.ru/pro/2023/kalendar-sobytyi-2023.php> (Дата обращения: 15.04.2023).

выросло на 45%. Если в 2022 г. было проведено 407 мероприятий, то в 2023 г. уже 590 мероприятий¹¹. Даже с учётом того, что в 2022 г. событийный потенциал ещё не был полностью реализован, поскольку некоторые мероприятия не были запланированы в силу опасений продолжения пандемии, можно утверждать, что этот рост связан в том числе и с тем, что Калининградская область имеет большой потенциал для проведения мероприятий. Информация по типам мероприятий представлена в табл. 2.

Сравнение мероприятий, проведённых в 2022 г. с запланированными (и уже частично реализованными) в 2023 г. позволяют сделать вывод, что наблюдается рост количества конференций, культурно-массовых мероприятий, спортивных мероприятий.

Таблица 2 – Событийные мероприятия в 2023 г. в Калининградской области¹¹, ед.

Table 2 – Events in 2023 in the Kaliningrad region, units

Типы мероприятий	Кол-во
Выставка	39
Культурно-массовое мероприятие	92
Праздничное мероприятие	110
Фестивали	73
Ярмарка	19
Спортивные мероприятия	72
Патриотические мероприятия	30
Акции	53
Конкурсы, викторины, конференции	28

Дополнительно нами был проведён анализ распределения событийных мероприятий, представленных в Календаре событий, по муниципальным образованиям Калининградской области (рис. 2).



Рис. 2 – Событийные мероприятия в 2022 и 2023 гг. в Калининградской области с распределением по муниципальным образованиям

Fig. 2 – Events in 2022 and 2023 in the Kaliningrad region in municipalities

Выявлено, что большая часть мероприятий приходится именно на административный центр региона – Калининград, а именно 145 мероприятий в 2022 г. и 104 в 2023 г. На втором месте по количеству мероприятий – прилегающий к административному центру – Гурьевский район, с 40 мероприятиями в 2022 г. и 47 мероприятиями в 2023 г.

Приморские курортные города Балтийск и Пионерский входят в ТОП-3 районов с наибольшим количеством мероприятий в 2023 г., с 58 и 57 мероприятиями соответственно. Некоторые районы, такие как Ладушкин и Нестеровский район (самый удалённый от Калининграда), имеют относительно небольшое количество мероприятий. Выявлено, что количество

мероприятий в г. Калининграде в 2023 г. по сравнению с 2022 г. сократилось на 30%, но количество мероприятий в городах области выросло, например, в Балтийске мероприятий стало в 2 раза больше, а в Пионерском в 6 раз. Таким образом, в Калининградской области происходит перераспределение мероприятий по территории региона с тенденцией смещения из административного центра – гор. Калининграда в сторону муниципальных образований.

Продвижение событий в муниципалитетах Калининградской области

В последние годы Калининградская область зарекомендовала себя как яркий, развивающийся регион с точки зрения событийного туризма. Крупные международные и всероссийские мероприятия стали мощным драйвером продвижения территории. При этом, как показал проведённый выше анализ событийных мероприятий, многие муниципалитеты не используют в полной мере этот инструмент для продвижения территории через интернет. Малая активность в медиапространстве показывает и обратный эффект, у пользователей не появляется потребность искать информацию через поисковые запросы в интернете. Например, это показывает статистика поисковых запросов Яндекс от 22.10.23 по тегам «мероприятия, события Калининградская область» (рис. 3).

Конечно, следует учитывать пользовательский опыт и другие каналы продвижения мероприятий – телевидение, радио, социальные сети, печатная реклама, наружные баннеры, но для молодёжи интернет остаётся основным источником информации. Данная статистика показывает интерес пользователей к мероприятиям в различных городах области. Публикационная активность перед мероприятиями в динамике способна увеличить количество запросов и интереса аудитории узнать больше о событиях региона. Следовательно, положительным фактором для развития событийного туризма станет более детальная проработка муниципалитетами стратегий продвижения мероприятий [6].

Интересно также отметить и города, которые присутствуют при анализе данных поисковых запросов, это традиционно активные города с точки зрения проведения заметных широкой общественности мероприятий: Калининград, Светлогорск, Советск, Зеленоградск. Учитывая общую динамику и специфику мероприятий событийного туризма, стоит отметить полное отсутствие, например, Гурьевска и Балтийска в поисковых запросах. Можно предположить, что на это влияет два фактора: сезонность мероприятий и не сформированная привычка пользователя искать информацию о мероприятиях этих городов в интернете. Но очевидно, что только постоянное присутствие в информационном поле способно воспитать привычку и увеличить интерес к мероприятиям в конкретном муниципалитете.

Что искали со словом «мероприятия калининградская область» — 585 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц [2]
мероприятия +в калининградской области	340
советск калининградская область мероприятия	62
калининградская область какие мероприятия	40
мероприятия +в калининградской области сегодня	36
светлогорск калининградская область мероприятия	29
мероприятия +в калининградской области +в сентябре	26
мероприятия +в калининградской области +в сентябре 2023	17
мероприятия +в зеленоградске калининградской области	9
мероприятия +в светлогорске калининградской области сегодня	9
пионерский мероприятия калининградская область	8

Что искали со словом «события калининградская область» — 241 показ в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц [2]
события калининградской области	241
исторические события калининградской области	52
новости калининградской области сегодня свежие события	32
новости калининградской области сегодня последние свежие события	25
новости гвардейска калининградской области сегодня свежие события	7

Рис. 3 – Поисковая активность в Яндекс по тегам «Мероприятия и события Калининградская область»

Fig. 3 – Search queries in Yandex by tags “Events in the Kaliningrad region”

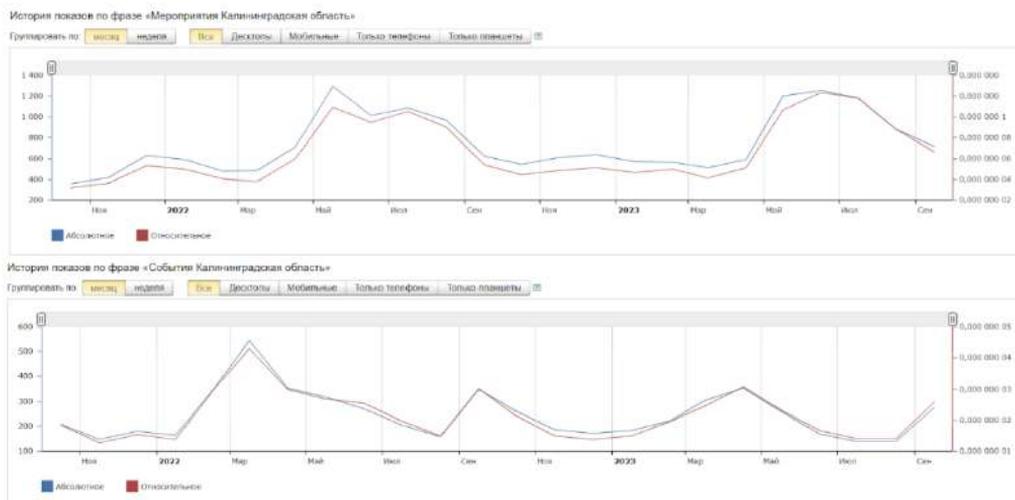


Рис. 4 – Поисковая активность в Яндекс по тегам «Мероприятия и события Калининградская область» за год

Fig. 4 – Search queries in Yandex by tags “Events in the Kaliningrad region”

Кроме того, нами была проанализирована общая динамика аналогичных запросов в Яндексе за год, при этом учитывалась сезонность мероприятий в Калининградской области (рис. 4).

Интересная закономерность пиков активности в весенний период, при том, что самые крупные события и фестивали проходят летом в Калининградской области. Большую активность можно объяснить майскими праздниками и частными, крупными мероприятиями, которые были интересны аудитории. Данную активность также следует учитывать при выстраивании отношений с конкурентами и при поиске новой целевой аудитории, заинтересованной в досуге и событийном туризме.

Таким образом, интерес к событийным мероприятиям продолжает возрастать. Календарь событий, представленный на сайте ТИЦ, является удобным инструментом для продвижения мероприятия. Для использования Календаря событий как способа продвижения мероприятия необходимо выполнить следующие шаги:

- 1) изучить Календарь событий на предмет наличия мероприятий, которые могут быть связаны с тематикой вашего мероприятия;

- 2) определиться с датой проведения мероприятия, учитывая конкурентность других событий в календаре;
- 3) зарегистрировать мероприятие в Календаре событий, предоставив информацию о нем (название, дата, место проведения, цель, качественные фотографии и описание);
- 4) распространять информацию о мероприятии через социальные сети, сайты и другие каналы коммуникации, указывая на его наличие в календаре событий;
- 5) продвигать мероприятие в рамках других мероприятий, которые проводятся в регионе, например, размещая информационные материалы в местах проведения других событий;
- 6) использовать возможности сотрудничества с другими организациями и участниками календаря событий для продвижения мероприятия.

Использование Календаря событий позволяет расширить аудиторию мероприятия и увеличить его эффективность в достижении поставленных целей. Кроме того, расширение его функционала (например, дополнительная возможность сортировать мероприятия не только по месяцам, но и по

муниципалитетам) позволит повысить значимость Туристического информационного центра – оператора портала «Визит в Калининград» как источника достоверной туристической информации.

Заключение

В сфере туризма большое значение для конкурентоспособности дестинаций имеют запланированные и хорошо документированные мероприятия. Спрос на событийный туризм увеличился за последние несколько десятилетий. Событийный туризм признан комплексным, т.е. хорошо спланированные мероприятия – это комплексный подход к маркетингу и развитию¹².

Не случайно, как было обозначено выше, событийный туризм способен оказать воздействие на развитие туристических кластеров: ведь в ходе реализации событийного мероприятия происходит тесное взаимодействие различных субъектов рынка. От полноты этих связей зависит качество создаваемого туристического продукта. Роль муниципальных органов власти в значительной степени состоит в эффективном использовании туристского потенциала территории (на основе научного подхода к его выявлению и использованию),

поддержке местных социальных инноваций, в грамотно выстроенной маркетинговой стратегии по продвижению наиболее удачных событий, а также во взаимодействии с другими муниципалитетами с целью создания скоординированного Календаря событий, позволяющего наиболее полно представить возможности муниципальных образований.

Продвижение муниципальных мероприятий в условиях усиливающейся конкуренции требует комплексного подхода и разработки чёткой стратегии. Важными факторами становятся сезонность мероприятий и пользовательская заинтересованность, выявить которую позволяют возможности анализа поисковых запросов в сети интернет. Анализ прошедших мероприятий и последующее планирование новых с помощью различных метрик являются начальными этапами в разработке концепции продвижения любого события. Только системная работа даст позитивный отклик в долгосрочном будущем и повлияет на пользовательские привычки искать информацию в надёжных источниках туристической информации, которыми и должны позиционировать себя туристические информационные центры.

Список источников

1. Анохин А.Ю., Корнеевец В.С., Костюк А.П. [и др.]. Приоритетные направления развития туризма в Калининградской области. 2022. 85 с.
2. Афанасьев О.Е. Проблемы территориального туристского брендинга: мировой и российский опыт // Современные проблемы сервиса и туризма. 2018. Т.12. №4. С. 5-6.
3. Беломестнова М.Е. Событийный туризм как драйвер развития въездного и внутреннего туризма в Москве // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. Т.15. №1. С. 19-25.
4. Богатырёв А.И., Зеленцова И.Г. Событийный туризм в системе геобрендинга // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы. Екатеринбург, 2012. С. 13-17.
5. Глобова С.А. Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристической привлекательности территории // Проблемы и перспективы экономики и управления: Мат. II Междунар. науч. конф. СПб.: Реноме, 2013. С. 137-140.
6. Захаров С.Е., Кропинова Е.Г. К вопросу концепций туристского брендинга малых городов (на примере города Гвардейск Калининградской области) //

¹² Отчёт о рынке событийного туризма // Future Market Insights. URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/event-tourism-sector-outlook> (Дата обращения: 15.10.2023).

- Современные проблемы сервиса и туризма. 2022. Т.16. №3. С. 137-148. DOI: 10.5281/zenodo.7425716.
7. Ибрагимов Э.Э., Прохорова О.В., Семенова Л.В., Чурилина И.Н. Формирование туристских кластеров на основе событийных мероприятий // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №5. С. 38-50. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10503.
 8. Климова Т.Б., Вишневская Е.В. Событийный маркетинг: новый вектор развития территорий // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2014. №2. С. 80-84.
 9. Колокольцева Н.Б. Событийный туризм как фактор повышения уровня туризма в Санкт-Петербурге в низкий сезон // Вестник Национальной академии туризма. 2018. №3(47). С. 64-65.
 10. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг Менеджмент. Экспресс-курс. // Пер. с англ. под науч. ред. С.Г. Жильцова. СПб.: Питер, 2014. 480 с.
 11. Леонидова Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристического рынка // Universum: экономика и юриспруденция. 2015. №7(18). С. 3.
 12. Нефедова К.А., Савельев К.А. Формирование event-карт как технология продвижения территории // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. Т.1. №11. С. 33-39.
 13. Саркисян О.А., Бериулава А.Л., Агаева С.Т. Event-мероприятия как основа интегрированных маркетинговых коммуникаций // Коммуникология: электронный научный журнал. 2017. Т.2. №2. С. 53-62.
 14. Duignan M.B. Thirty years of events-related research (1992 – 2022): Published works in annals of tourism research and annals of tourism research empirical insights // Annals of Tourism Research. 2023. Vol.100. 103556. DOI: 10.1016/j.annals.2023.103556.
 15. Getz D. Event tourism: definition, evolution, and research // Tourism Management. 2007. Vol.29. Pp. 402-427. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.07.017.
 16. Hall C.M. The definition and analysis of hallmark tourist events // GeoJournal. 1989. Vol.19. Pp. 263–268. DOI: 10.1007/BF00454570.

References

1. Anokhin, A. Yu., Korneevets, V. S., Kostyuk, A. P., & al. (2022). *Prioritetnye napravleniya razvitiya turizma v Kaliningradskoj oblasti [Priority directions for tourism development in the Kaliningrad region]*: A monograph. Kaliningrad. (In Russ.).
2. Afanasiev, O. E. (2018). Place branding in tourism: World and Russian experience. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 12(4), 5-6.
3. Belomestnova, M. E. (2019). Sobytiyjnyj turizm kak drajver razvitiya v'ezdno go i vnutrennego turizma v Moskve [Event tourism as a driver for the development of inbound and domestic tourism in Moscow]. *Industriya turizma: vozmozhnosti, prioritety, problem i perspektivy [Tourism industry: opportunities, priorities, problems and prospects]*, 15(1), 19-25. (In Russ.).
4. Bogatyryov, A. I., & Zelentsova, I. G. (2012). Sobytiyjnyj turizm v sisteme geobrendinga. [Event tourism in the geobranding system]. In coll.: *Brending malyh i srednih gorodov Rossii: opyt, problemy, perspektivy [Branding of small and medium-sized cities in Russia: experience, problems, prospects]*. Ekaterinburg, 13-17. (In Russ.).
5. Globova, S. A. (2013). Zarubezhnyj opyt primeneniya sobytijnogo marketinga kak instrumenta povysheniya turisticheskoy privlekatelnosti territorii [Foreign experience in using event marketing as a tool for increasing the tourist attractiveness of a territory]. In coll.: *Problemy i perspektivy ekonomiki i upravleniya [Problems and prospects of economics and management]*: Materials of the II International Scientific conference. St. Petersburg: Renome, 137-140. (In Russ.).
6. Zakharov, S. E., & Kropinova, E. G. (2022). K voprosu koncepcij turistskogo brendirovaniya malyh gorodov (na primere goroda Gvardejsk Kaliningradskoj oblasti) [On the concepts of tourist branding of small towns: the case of the Gvardeysk city, Kaliningrad region]. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 16(3), 137-148. doi: 10.5281/zenodo.7425716. (In Russ.).

7. Ibragimov, E. E., Prokhorova, O. V., Semenova, L. V., & Churilina, I. N. (2020). Formirovanie turistskih klasterov na osnove sobytijnyh meropriyatij [Event activities as a base for tourist clusters functioning]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(5), 38-50. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10503. (In Russ.).
8. Klimova, T. B., & Vishnevskaya, E. V. (2014). Sobytijnyj marketing: novyj vector razvitiya territorij [The event marketing: a new vector of territories development]. *Nauchnyj rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa [Research result. Business and Service Technologies]*, 2, 80-84. (In Russ.).
9. Kolokoltseva, N. B. (2018). Sobytijnyj turizm kak factor povysheniya urovnya turizma v Sankt-Peterburge v nizkij sezon [Event tourism as a factor in increasing the level of tourism in St. Petersburg in the low season]. *Vestnik Nacionalnoj akademii turizma [Bulletin of the National Academy of Tourism]*, 3(47), 64-65. (In Russ.).
10. Kotler, F., & Keller, K. L. (2014). *A Framework for Marketing Management*. St. Petersburg: Piter. (In Russ.).
11. Leonidova, E. G. (2015). Sobytijnyj turizm kak novoe napravlenie rossijskogo turisticheskogo rynka [Event tourism as a new direction in the Russian tourism market]. *Universum: ekonomika i yurisprudenciya [Universum: economics and jurisprudence]*, 7(18), 3. (In Russ.).
12. Nefedova, K. A., & Saveliev, I. I. (2017). Formirovaniye event-kart kak tekhnologiya prodvizheniya territorii [Formation of event maps as a technology for promoting the territory]. *Ekonomika i upravleniye: problemy, resheniya [Economics and management: Problems, solutions]*, 1(11), 33-39. (In Russ.).
13. Sarkisyan, O. A., Berulava, A. L., & Agaeva, S. T. (2017). Event-meropriyatiya kak osnova integrirovannyh marketingovyh kommunikatsiy [Events as the basis of integrated marketing communications]. *Kommunikologiya [Communicology]*, 2(2), 53-62. (In Russ.).
14. Duignan, M. B. (2023). Thirty years of events-related research (1992 – 2022): Published works in annals of tourism research and annals of tourism research empirical insights. *Annals of Tourism Research*, 100, 103556. doi: 10.1016/j.annals.2023.103556.
15. Getz, D. (2007). Event tourism: definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 402-427. doi: 10.1016/j.tourman.2007.07.017.
16. Hall, C. M. (1989). The definition and analysis of hallmark tourist events. *GeoJournal*, 19, 263-268. doi: 10.1007/BF00454570.

УДК 725

EDN: DQYPXD

DOI: 10.5281/zenodo.10396790

СОЛОДОВНИК Алина Степановна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
Старший преподаватель; e-mail: asolodovnik@kantiana.ru*

ЧЕРНЯЕВА Людмила Викторовна

*Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта,
ОНК «Институт управления и территориального развития» (Калининград, РФ)
магистрант; e-mail: efremowaludmila@yandex.ru*

К ВОПРОСУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИЦИНСКИХ ЗДАНИЙ КАЛИНИНГРАДА В ЭКСКУРСИОННОМ ПОКАЗЕ

В статье рассматривается потенциал медицинских зданий Кёнигсберга как объектов туристского показа. Представлено их историческое значение и современное состояние, возможность включения в экскурсионные маршруты. Медицинские здания как памятники культурного наследия региона имеют больше возможности для того, чтобы стать эффективным способом популяризации туристских ресурсов Калининграда и приобщения к культурному наследию туристов.

***Ключевые слова:** туристский объект, медицинские здания, экскурсионный маршрут*



Для цитирования: Солодовник А.С., Черняева Л.В. К вопросу использования медицинских зданий Калининграда в экскурсионном показе // Современные проблемы сервиса и туризма. 2023. Т.17. №4. С. 127–134. DOI: 10.5281/zenodo.10396790.

Дата поступления в редакцию: 18 октября 2023 г.

Дата утверждения в печать: 20 ноября 2023 г.

UDC 725 EDN: DQYPXD
DOI: 10.5281/zenodo.10396790

Alina S. SOLODOVNIK

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
Senior Lecturer; e-mail: asolodovnik@kantiana.ru*

Lyudmila V. CHERNYAEVA

*Immanuel Kant Baltic Federal University,
Institute of Management and Territorial Development (Kaliningrad, Russia)
Master's Student; e-mail: efremowaludmila@yandex.ru*

ON USING KALININGRAD MEDICAL BUILDINGS IN SIGHTSEEING

Abstract. *The article examines the potential of medical buildings in Kaliningrad (ex-Königsberg) as sightseeing objects and a part of excursion routs. Their historical significance and current state, the possibility of inclusion in excursion routes are presented. Medical buildings as monuments of the cultural heritage of the region have more opportunities to become an effective way to popularize Kaliningrad's tourist resources and introduce tourists to the cultural heritage.*

Keywords: *tourist object, medical buildings, excursion route*



Citation: Solodovnik, A. S., & Chernyaeva, L. V. (2023). On using Kaliningrad medical buildings in sightseeing. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 17(4), 127–134. doi: 10.5281/zenodo.10396790. (In Russ.).

Article History

Received 18 October 2023
Accepted 20 November 2023

Disclosure statement

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



© 2023 the Author(s)

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

На сегодняшний день Калининградская область является одним из самых привлекательных регионов страны для посещения туристами. В этом году самый западный регион России посетило около двух миллионов туристов, которых, безусловно, притягивает необычная судьба области, богатое историко-культурное и архитектурное наследие. Последние пять лет Калининград попадает в десятку городов, наиболее привлекательных для посещения туристами из разных регионов страны.

Примечательно то, что прослеживается своеобразная тенденция к повторному посещению нашего региона снова и снова. Гости города ждут новых открытий и находят их. На наш взгляд, основной причиной является то, что наша область обладает огромным тематическим потенциалом при довольно компактном размещении объектов показа. Разнообразии туристских маршрутов позволяет туристам и жителям нашего региона расширять свои знания, знакомиться с достопримечательностями, по-новому взглянуть на уже известные места.

М.А. Полякова отмечает, что *«Культурное наследие остаётся «вещью в себе», если оно не задействовано в жизни общества. Оно всегда вписано в конкретное место. Именно культурное наследие формирует чувство места, чувство отличия, уникальности для каждого местного сообщества или территории»* [6].

Говоря о специфических свойствах культурного ландшафта, как объекта наследия, Ю. Веденин [2] отмечает подлинность, историческую репрезентативность и документальность. «Историческая репрезентативность характеризует процесс формирования и развития ландшафта, его преемственность и дополнительность. Этот признак свидетельствует о высокой степени сохранности памяти об истории объекта, деятельностью, направленной на его развитие» – именно эти особенности в основном характеризуют сохранившиеся медицинские комплексы нашего города.

Роль городов как туристических дестинаций постоянно возрастает. Наибольшей

популярностью пользуются исторические города, и Калининград – один из таких городов. Однако его туристический потенциал в настоящее время используется не в достаточной мере – отмечает Е.Г. Кропинова [5].

Анализ экскурсионной деятельности в Калининградской области показал, что большинство маршрутов в той или иной мере представляют объекты историко-культурного, природного, архитектурного, военно-исторического наследия. И в этом смысле Калининград имеет большой потенциал для использования новых направлений, которые можно включать в экскурсии и они будут интересны туристам. Поэтому необходим поиск новых объектов для включения в экскурсионные программы, использование их как дополнительных объектов, так и для разработки по ним отдельных тематических маршрутов.

При разработке экскурсионных маршрутов одним из сложных этапов является именно выбор объектов туристского показа. Важно учесть все особенности и преимущества объекта, его направленность, а также месторасположение и др. Мы считаем, что одним из перспективных направлений в выборе объектов показа могут стать медицинские здания Кёнигсберга. Так, медицинские здания Кёнигсберга как объекты туристского показа можно использовать для знакомства с историей города, изучения архитектуры, культурного наследия региона и др. Данные тематические маршруты позволят разнообразить экскурсионную деятельность, расширить туристическую карту города, распознать его тайны. А самое главное – впечатление. Также смогут создать конкурентоспособность на экскурсионном рынке. Кроме того, они могут быть ориентированы на туристов, гостей города, студентов и повысить интерес у местных жителей. Являясь универсальными их можно использовать для организации профорientационной работы среди школьников, студентов и специалистов в медицинской области.

На сегодняшний день в Калининграде насчитывается около двух десятков истори-

ческих медицинских зданий, более половины из которых сохранили свой профиль и сегодня. Все эти здания представляют собой большую историческую ценность и демонстрируют стабильность, прикладную преемственность, а большинство являются памятниками культурного наследия региона.

Такая своеобразная преемственность на фоне уникальной судьбы города может стать предметом интереса, изучения, основой краеведческих и туристических маршрутов. Качество постройки учреждений, их наполненность и потенциал позволили сохранить эти здания и направить на пользу развития города тогда и сейчас. А сегодня все больший интерес они вызывают как уникальные архитектурные сооружения, которые многие десятилетия остаются вплетёнными в городскую историческую среду, используются как социальные учреждения. Все они формируют своеобразный код города, создают его многослойность, которая так привлекает краеведов, любителей истории и туристов.

В.А. Квартальнов [3] подчёркивает, что успех развития туризма зависит не только от материально-технической базы, но и от уникальности национального культурного значения. Поэтому объекты культурного наследия, представленные разумно и творчески, могут уберечь туристский рынок от единообразия и обеспечить его конкурентоспособность.

«Гений места» – нередко любят повторять современные исследователи и экскурсоводы о Калининграде, и это определение вполне можно отнести к нашей теме. Гений места, так притягивающий внимание и так необходимый сегодня для привлечения гостей, и не только – это и про медицину тоже. Учитывая, что таких зданий в городе довольно много, они продолжают функционировать, что само по себе свидетельство и своеобразный знак качества – это даёт простор для включения их не только в существующие экскурсионные маршруты, но и позволяет создать новые профильные направления.

История возникновения медицины в Кёнигсберге берет своё начало с сер. XV в. (1458 г.), когда медицина только становилась как самостоятельная дисциплина. Отправной точкой послужило появление в городе первого врача – Якоба Шиллинг Хольца. А дипломированный лекарь появился в Кёнигсберге только в 1513 г., им был Иоганнес Хорн. Одним из четырёх факультетов, открытых в 1544 г. в знаменитом Кёнигсбергском университете Альбертина, стал медицинский.

Знаменитые выпускники и приглашённые учёные-медики не только прославили этот город, но оставили свой след в его истории и повлияли на архитектурный облик. К сер. XX в. в Кёнигсберге сформировались целые комплексы медицинских строений, как относящихся к институтам университета Альбертины, так и созданных для решения своих профильных задач. Эти учреждения входили в историческое ядро города и во многом формировали его.

Примечательным и важным является своеобразная функциональная преемственность после грандиозных и драматичных событий Великой Отечественной войны. Часть Восточной Пруссии стала самой западной областью России, Кёнигсберг – Калининградом, изменилась идеология, подходы, население, практически всё. Но именно в чудом сохранившихся немецких медицинских учреждениях сразу же после войны открываются больницы и поликлиники, а некоторые продолжают функционировать и сейчас, спустя почти восемьдесят лет со дня появления в новой истории города Калининграда.

Одним из старейших медицинских учреждений является Городская больница Кёнигсберга.

В 1764 г. коммерческий советник Фридрих Фаренхайт со своим сыном пожертвовали деньги на строительство новой больницы на территории социального учреждения для бедных и обездоленных жителей города. Что касается истории, то частное благотворительное заведение со временем превратилось в крупное медицинское

учреждение – городскую больницу Кёнигсберга. И сейчас можно любоваться её архитектурным обликом. Ведь ради строительства здания, считавшегося первым в Кёнигсберге архитектурным образцом неоклассицизма, городские власти снесли несколько жилых домов. Но здание было не одним, здесь появился целый комплекс облицованных жёлтым клинкерным кирпичом корпусов, которые тянулись от современного родильного дома до площади Василевского. В настоящее время сохранилось всего несколько корпусов бывшей городской больницы Кёнигсберга.

Сразу после войны на его базе создадут новое медицинское учреждение Калининграда – родильный дом №1. Сегодня на здании расположена мемориальная доска – портрет врача В.Л. Липидуса и надпись: «Здесь в период с 1946 по 1977 гг. работал первый главный врач родильного дома №1, основоположник акушерско-гинекологической службы Калининградской области, заслуженный врач РФ, Почётный гражданин города Калининграда».

Уникальным в своём роде является Комплекс зданий городской больницы Милосердия и Диаконического материнского дома Кёнигсберга. Он располагается совсем рядом, на противоположной стороне улицы. Учреждение строили для неимущих горожан в стиле неоготика с элементами прагматизма по ходатайству генерал-лейтенанта фон Плеве. Проект осуществили две дочери военного полковника графа Абрахама фон Дона, который руководил строительством первого вального укрепления Кёнигсберга в XVII в. Открылась городская больница Милосердия состоялось в мае 1849 г. Позже здесь появятся более просторные специализированные корпуса и ещё несколько зданий. Комплекс постепенно расширялся, появились инфекционные изоляторы, общежитие для диаконисс, которые получали медицинское образование. Позже комплекс расширился зданием второго инфекционного изолятора.

Здания новых основных корпусов больницы Милосердия были построены в

совсем другом популярном в 1930-е гг. в Кёнигсберге стиле баухаус [1].

В 1930 г. городская больница Милосердия начинает работать в новом здании. Помещения новых зданий имели хорошую планировку, были вместительными и более функциональными с хорошим естественным освещением.

В военные годы здания больницы Милосердия были существенно разрушены. Большинство из них были восстановлены и сохранились до наших дней. Начиная с 1946 г. и по сей день в зданиях комплекса располагается Калининградская областная клиническая больница.

Известные калининградские врачи на протяжении долгих лет работали в областной больнице и внесли огромный вклад в развитие медицины.

Много исторических событий связано с Комплексом зданий университетской медицинской клиники на улице Drummstraße, 25–29, сегодня это улица Больничная, 34–38. Комплекс был построен в 1860–1864 гг. по проекту берлинского архитектурного бюро «Гропиус и Шмиден». В 1895 г. главное здание комплекса было перестроено. Украшением здания является богато декорированный портал главного входа, по бокам от которого сохранились горельефы Йоханна Фридриха Диффенбаха, справа и Августа Готтлиба Рихтера, слева. Примечательно, что здание на ул. Больничной сохранило статус медицинского учреждения и до сих пор. С 1946 г. там работала Портовая больница, где лечили рыбаков и водолазов. На сегодня здесь филиал Национального медико-хирургического Центра имени Пирогова. Комплекс зданий получил статус объекта культурного наследия регионального значения [7].

Примечательным объектом на медицинской карте города может стать и здание Кройц-Аптеки. Аптечное дело получило развитие в Пруссии во время правления Альбрехта Бранденбург-Ансбахского (1490–1568 гг.), последнего гроссмейстера Тевтонского ордена, первого герцога Прусского, реформатора и общественного

деятеля [4]. Именно на годы его правления пришлось эпидемии английской потливой горячки 1525 года и чумы 1549 года, поэтому поиск редких и неизвестных лекарств рассматривался как политическая задача. Время с перв. пол. XVIII в. до перв. пол. XIX в. считается «золотым веком» аптекарства.

Здание «Кройц-Аптеки» было составной частью комплекса зданий и находилось в восточной части города, которое носило историческое название *Neue Sorge* («Новая забота»).

Помещение «Кройц-аптеки» (*Kreuz-Arötheke*), было расположено на первом этаже здания. Год постройки, предположительно, 1888. Здание построено в архитектурном стиле модерн с элементами барокко. Лепнина в виде украшала фасад здания в виде орнаментов солнца, цветных цветочных рельефов над окнами и геральдическими символами. Кроме аптеки, на первых этажах располагались магазины, а на верхних – жилые квартиры.

Сегодня местной достопримечательностью, как и прежде являются два сохранившихся ажурных туннеля дома справа от «Кройц-Аптеки». Один из них был предназначен для пешеходов, а второй – карет и автомобилей.

До нашего времени на фасаде сохранилась вывеска «*Kreuz-Arötheke*», в следствии этого вся архитектурная постройка получила это название. Во время бомбардировок Кёнигсберга английской авиацией в августе 1944 г. и штурма города в апреле 1945 г. знаменитый дом с аптекой чудом остался цел. Затем он стал домом для первых переселенцев, приехавших восстанавливать город из руин.

В 1987 г. здание признали аварийным, и было решено провести его капитальный ремонт, но до этого дело дошло только спустя почти 20 лет. За это время арка «Кройц-Аптеки» стала героиней советских фильмов о войне «Первого дня мира» и «На дорогах войны».

В 2020 г. реконструкция бывшего здания «Кройц-Аптеки» была наконец-то завершена. Здание удалось восстановить и

сохранить.

Практически напротив аптеки расположен ещё один примечательный для города комплекс медицинских зданий – бывший Гарнизонный лазарет «Йорк», в настоящее время это областная инфекционная больница.

Проект лазарета был подготовлен в 1866 г. двумя немецкими архитекторами Мартином Гропиусом и Хайно Шмиденем. А строительство осуществили гарнизонный инспектор Киниц и государственный строительный советник Пауль Мюльбах. Комплекс начали строить в 1876 г., а открыт он был в 1879 г. На территории лазарета было построено семь одно- и трёхэтажных корпусов. В дальнейшем к нему достроят ещё одно вспомогательное здание.

Во время строительства зданий были использованы новые технологии. Новые технологии и методики также использовались в лечении больных и при уходе за ними, это способствовало тому, что гарнизонный лазарет стал одним из самых современных зданий Кёнигсберга в то время.

Примечательно, что для удобства лечебные палаты располагались на южной стороне, лечебные корпуса больницы были отделены друг от друга и находились в окружении парка с зелёными насаждениями. Здания лазарета были многофункциональными, но при этом имели общую планировку и облик. Каждое здание имело свой собственный подвал, где хранился различный медицинский инвентарь.

Большой интерес представляет входной портал, который сохранился и сегодня, его венчает массивная резная дубовая дверь с декоративной крестообразной решёткой и стеклянными вставками.

Сам административный корпус и два изолятора располагались отдельно от лечебных корпусов. Для более удобного функционирования между корпусами, а также снижения риска распространения инфекций, была построена крытая одноэтажная галерея с переходами.

В ходе боев в апреле 1945 г. два корпуса здания были серьёзно разрушены. В

послевоенное время основная часть зданий была восстановлена.

В 1946 г. здесь была создана Городская инфекционная больница г. Калининграда. В 2000-х гг. был выполнен ремонт, часть лечебных и хозяйственных корпусов были полностью отреставрированы и отремонтированы, и выполняют свою основную деятельность.

Ещё один пример медицинских сооружений, точнее того, что от них осталось - комплекс зданий Лёбенихтского госпиталя. В благодарность за своё исцеление Герцог Альбрехт преобразовал монастырь Святой Марии в Лёбенихтский госпиталь для больных и бедных. В 1764 г. здание сгорело, а в 1771 г. Лёбенихтский госпиталь был восстановлен Фридрихом Великим.

В 1903 г. все старые корпуса госпиталя были снесены, а новые появились восточнее в районе Закхайм на Хайдеманнштрассе (нынешних улицах Черепичной и Лесопильной).

Здания Лёбенихтского госпиталя пережили Вторую мировую войну, затем были складами, а сохранившиеся корпуса – жилыми домами. К нач. XXI в. здания Лёбенихтского госпиталя обветшали, территория пришла в запустение, портал находился в катастрофическом состоянии. В мае 2022 г. после реставрации портал был вновь открыт, он увенчан картушем с

надписью на латинском языке: «*Пристанище для бедных и нуждающихся*» [7].

Это лишь некоторые примеры сохранившихся в городе медицинских зданий. Большинство из них имеют статус объекта культурного наследия регионального значения. Изучая опыт преобразования городского пространства для формирования туристической привлекательности, отметим степень сохранности данных потенциальных туристских объектов.

В условиях современного экскурсионного рынка Калининграда они могут быть использованы как объекты туристского показа. Практически все объекты не требуют серьёзных вложений, демонстрируют свою функциональную преемственность и могут практически без затрат включены в любой маршрут.

Ещё одно преимущество этих объектов показа в том, что большинство расположено в центральной части города и легкодоступны при организации любых маршрутов. Это позволит использовать их и пешеходных, автобусных и велоэкскурсиях. Таким образом, наличие медицинских зданий является важным ресурсом для развития туризма в Калининградской области. А значит, помогут достичь важных целей - способствовать повышению имиджа региона, улучшить его привлекательность и вызвать заинтересованность у туристов.

Список источников

1. Mercy Hospital and the Deaconess Maternity Home in Königsberg 1850–1945. Wetzlar, 2008.
2. Веденин Ю.А. Культурный ландшафт как хранитель памяти ойкумены // Человек: образ и сущность. Гуманитарные аспекты. 2019. №1(36). С. 21-37.
3. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туризм: Монография. М.: Сов. спорт, 2001. 288 с.
4. Кретинин В.Г., Гальцов В.И. и др. Очерки истории Восточной Пруссии. Калининград: Янтарный Сказ, 2002, 2004. 533 с.
5. Кропинова Е.Г., Кропинова К.А. Архитектурные ландшафты Калининграда как объекты притяжения городского туризма // Балтийский регион. 2014. №4(22). С. 94-109.
6. Полякова М.А. Культурное наследие и туризм: проблемы взаимодействия и противостояния // Вестник РГГУ. Сер.: История. Филология. Культурология. Востоковедение. 2017. №10-2(31). С. 240-247.
7. Скобей И.Г. Медицинский Кёнигсберг: научно-популярное издание. Калининград: Живо, 2021. 272 с.

References

1. Mercy Hospital and the Deaconess Maternity Home in Konigsberg 1850–1945. Wetzlar, 2008.
2. Vedenin Yu. A. (2019). Kuliturnyj landshaft kak khraniteli pamyati ojkumeny [Cultural landscape as a guardian of the memory of the Oikumene]. *Chelovek: obraz i sushchnosti. Gumanitarnye aspekty [Man: image and essence. Humanitarian aspects]*, 1(36), 21-37. (In Russ.).
3. Zorin, I. V., & Kvartalnov, V. A. (2001). *Turistika: A monograph*. Moscow: Soviet sport. (In Russ.).
4. Cretinin, V. G., Galtsov, V. I., & al. (2002, 2004). *Ocherki istorii Vostochnoj Prussii [Essays on the history of East Prussia]*. Kaliningrad: Yantarnyj Skaz | Amber Tale.
5. Kropinova, E. G., & Kropinova, K. A. (2014). Arkhitekturnye landshafty Kaliningrada kak ob'ekty prityazheniya gorodskogo turizma [Architectural landscapes of Kaliningrad as objects of attraction of urban tourism]. *Baltiiskij region [The Baltic Region]*, 4(22), 94-109. (In Russ.).
6. Polyakova, M. A. (2017). Kuliturnoe nasledie i turizm: problemy vzaimodejstviya i protivostoyaniya [Cultural heritage and tourism: Problems of interaction and confrontation]. *Vestnik RGGU. Serija: Istorija. Filologiya. Kulturologiya. Vostokovedenie [Bulletin of the Russian State University. Series: History. Philology. Cultural studies. Oriental studies]*, 10-2(31), 240-247. (In Russ.).
7. Skobey, I. G. (2021). *Meditinskij Kjonigsberg [Medical Konigsberg]: Popular science publication*. Kaliningrad: Zhivo. (In Russ.).

Образовательно-научный кластер «Институт управления и территориального развития»

ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Высшая школа готовит специалистов для национальной, региональной экономики и международной деятельности. Это экономисты и финансисты, менеджеры по управлению персоналом и менеджеры проектов, маркетингологи, бизнес-аналитики, управленческие кадры высшего звена

ВЫСШАЯ ШКОЛА ПРАВА

Высшая школа готовит юристов общего профиля — специалистов в публично-правовой и частно-правовой сферах, в области международного права, и является ключевым образовательным центром для подготовки профессиональных кадров региона — работников судебной системы, адвокатской палаты, прокуратуры

Образовательные программы по направлениям подготовки

БАКАЛАВРИАТ

38.03.02 Менеджмент

- Менеджмент и маркетинг

38.03.01 Экономика

- Мировая экономика
- Финансы предприятия

38.03.05 Бизнес-информатика

- Цифровая бизнес-аналитика

МАГИСТРАТУРА

38.04.02 Менеджмент

- Управление инновациями и предпринимательство

38.04.01 Экономика

- Экономика будущего

АСПИРАНТУРА

5.2.3 Региональная и отраслевая экономика

5.2.6 Менеджмент

ПРОГРАММЫ УРОВНЯ БАЗОВОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И СПЕЦИАЛИТЕТА

40.03.01 Юриспруденция

40.05.04 Судебная и прокурорская деятельность

38.05.02 Таможенное дело

МАГИСТРАТУРА

40.04.01 Юриспруденция

- Искусственный интеллект и право
- Юрист в международно-правовой сфере
- Правовое сопровождение бизнеса
- Юрист в правоохранительной сфере
- Юрист в публично-правовой сфере
- Прикладная юриспруденция

АСПИРАНТУРА

5.1.5 Международно-правовые науки

5.1.1 Теоретико-исторические правовые науки

5.1.4 Уголовно-правовые науки

5.1.3 Частно-правовые (цивилистические) науки



БФУ

ИМЕНИ И. КАНТА