

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПРАВИТЕЛЬСТВО ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Г. Р. ДЕРЖАВИНА»  
АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«СТЭЛСИ»



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ  
**ФОНДА  
ПРЕЗИДЕНТСКИХ  
ГРАНТОВ**

# **«ГЕОЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИИ КАК КУЛЬТУРНОЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ НАСЛЕДИЕ»**

**Сборник материалов Межрегиональной  
конференции (11 декабря 2023 г.)**



**Тамбов  
2023**

УДК 574  
ББК 28.081  
Г35

*Редакционная коллегия:*

**И.А. Кузнецов**, доктор экономических наук,  
профессор (гл. ред.);  
**А.Ю. Шевяков**, кандидат экономических наук, доцент;  
**С.Н. Морева**, кандидат педагогических наук,  
доцент (отв. ред.)

*Исследование выполнено в рамках реализации проекта  
АНО СТЭЛСИ «IX Геоэкологическая школа Галдым»  
при поддержке Фонда президентских грантов № 23-1-009859*

**Г35** **Геоэкологический** потенциал России как культурное и образовательное наследие : сборник материалов Межрегиональной конференции (11 декабря 2023 г.) / М-во обр. и науки РФ [и др.] ФГБОУ ВО «Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина», автономная неком. орг. «Стэлси» ; [гл. ред. А.Ю. Шевяков, отв. ред. С.Н. Морева]. – Тамбов : Издательский дом «Державинский», 2023. – 126 с.

**ISBN 978-5-00078-772-4**

Материалы сборника представляют интерес для молодых ученых, магистрантов и студентов.

Статьи даны в авторской редакции.

**УДК 754**  
**ББК 28.081**

ISBN 978-5-00078-772-4

© ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина», 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

### **Секция: Эколого-туристское знание и просвещение в регионе**

<i>Кузнецов И.А., Петренко Н.А.</i> Специфика управления региональными социально значимыми проектами в области образования и просвещения (на примере «IX Геоэкологической школы Галдым»).....	5
<i>Ишина Е.Е.</i> Практический подход к экологизации обучения на примере геоэкологической школы «Галдым».....	12
<i>Власова М.С., Карелин А.В.</i> Процесс разработки проекта экскурсионного маршрута «Мы этой памяти верны» .....	16
<i>Карелин А.В., Рыжкова Е.А.</i> Этнический туризм и его перспективы развития в России .....	21
<i>Новикова М.А.</i> Роль волонтерского движения в развитии современного общества .....	25
<i>Самойлова Н.В.</i> Сущность правового регулирования в сфере гостеприимства .....	30

### **Секция: Специфика сервисной деятельности в геоэкологической сфере**

<i>Юркова С.Р.</i> Понятие и роль инновационного цикла в сфере туризма .....	35
<i>Климентова А.А.</i> Ключевые приоритеты «выживания» и восстановления индустрии гостеприимства .....	39
<i>Баранова Е.Д., Князева Н.П.</i> Разработка механизма управления качеством предоставления услуг .....	43
<i>Поляков С.В.</i> Специфика сервисной деятельности в регионе на примере анализа гостиничного предприятия «Ажур».....	49
<i>Белозерова А.М.</i> Проблемы организации питания на предприятиях средств размещения в г. Тамбове.....	52
<i>Павлова А.А.</i> Организация снабжения предприятий общественного питания сырьём в Тамбовской области.....	57

<i>Баранова Е.Д., Князева Н.П.</i> Зарубежный опыт ведения жилищно-коммунального хозяйства .....	61
<i>Пестерева А.А.</i> Озеленение городской территории как один из факторов туристской привлекательности г. Тамбова .....	67
<i>Носова Е.С.</i> Пути совершенствования обслуживания потребителей в системе жилищных услуг.....	70

**Секция: Развитие туристских дестинаций  
в региональной экономике**

<i>Мамонова М.М., Киреева У.В.</i> Туристический рынок России: въездной и выездной туризм.....	74
<i>Королева Г.А., Ивишова Т.Ф.</i> Задачи развития туристической отрасли Ярославской области и ее инфраструктуры на основе кластерного подхода.....	80
<i>Степанов В.Н.</i> Антропогенные ландшафты в системе памятников природы Тамбовской области .....	87
<i>Безлепкин И.А.</i> Инновации в туристическом бизнесе.....	94
<i>Егоров Н.С.</i> Анализ маркетинговой деятельности на туристском предприятии ВАО «Интурист».....	98
<i>Селиванова А.В.</i> Инновационное развитие регионального туризма .....	105
<i>Котов Д.Р.</i> Ландшафтные особенности искусственных водных объектов Тамбовской области.....	110
<i>Торопчина В.Э.</i> Экологический туризм: разработка экологического маршрута по территории Тамбовской области.....	117
<i>Бурлакова А.С.</i> Специфика сервисной деятельности в регионе на примере анализа туристической фирмы ООО «Турбюро».....	122

## **СЕКЦИЯ: ЭКОЛОГО-ТУРИСТСКОЕ ЗНАНИЕ И ПРОСВЕЩЕНИЕ В РЕГИОНЕ**

---

---

### **Специфика управления региональными социально значимыми проектами в области образования и просвещения (на примере «IX Геоэкологической школы Галдым»)**

*Исследование выполнено в рамках реализации проекта АНО СТЭЛСИ  
«IX Геоэкологическая школа Галдым» при поддержке Фонда  
президентских грантов №23-1-009859*

**Кузнецов И.А.,**

*д.э.н., профессор, Тамбовский государственный  
университет имени Г.Р. Державина, г. Тамбов*

**Петренко Н.А.,**

*студент магистратуры 43.04.01 – «Сервис»,  
Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина, г. Тамбов*

*Аннотация.* Данное исследование основано на реализации социально-значимого проекта в области науки, образования и просвещения в тамбовском регионе. В результатах исследования представлен материал, отражающий управленческое воздействие на содействие и осуществление деятельности в области просвещения, дополнительного образования детей, дополнительного профессионального образования

*Ключевые слова:* управление проектами, социально-значимый проект, геоэкологическая культура потребителя, геоэкологическое образование, геоэкологическое просветительство, региональный туризм.

Мегатренды цифровизации в технологических секторах, киберэкономике, экологической сфере, человекоориентированных сервисах меняют мир и Россию. Сегодня изменяется как инфраструктура жизнедеятельности человека, так и образовательный процесс на различных уровнях, в том числе и дополнительное профессиональное образование.

С точки зрения Н.Н. Демидовой: «Геоэкологическая культура рассматривается как способ, процесс, мера и результат культурно-исторического освоения человеком окружающей среды с целью адаптации, осмысления природопользовательской деятельности, окультуривания антропогенно изменённых территорий различного пространственного ранга во благо гармонии человека с природой и устойчивого развития» [1].

В рамках реализации научно-образовательного и просветительского проекта «IX Геоэкологическая школа Галдым» и исследования по нему решалась проблема отсутствия знаний у студентов и школьников о геоэкологическом потенциале в регионах России, межрегиональных взаимосвязях, туристической составляющей как целостной взаимосвязанной системы. Мы считаем, что дополнительное образовательное воздействие поможет сформировать эколого-туристские знания и умения природопользования, развить поисково-исследовательскую и экскурсионную деятельность, совершенствовать навыки безопасного поведения в природе, а также навыки просветительской деятельности и самовоспитания молодёжи, которая передаст свои знания и навыки грамотного поведения на природе, историко-культурной антропологической среде своим родителям, сверстникам, а в будущем своим детям.

Предметом исследования выступают управленческие и организационно-экономические отношения, возникающие в ходе реализации образовательного и просветительского проекта «IX Геоэкологической школы Галдым» среди школьников и студентов тамбовского региона. Общенаучные и эмпирические методы познания составили основу исследования. Анкетирование школьников и студентов, авторский мониторинг, личные интервью участников проекта. Метод описательной статистики позволил сформировать количественные данные по поставленной проблеме и представить их в диаграммах, таблицах.

При реализации научно-образовательного и просветительского проекта «IX Геоэкологическая школа Галдым» мы попытались сформировать знания и навыки будущего

конкурентоспособного человека-специалиста в социально-экономической и технологической реальности развития России, которые априори связаны с формированием инновационного человеческого капитала посредством практического изучения и решения геоэкологических, сервисных и туристских проблем регионов.

В классическом понимании: «Цель формирования геоэкологической культуры состоит в воспитании ответственного, бережного отношения к природе. Достижение этой цели возможно при условии целенаправленной систематической работы по формированию системы научных знаний, направленных на познание процессов и результатов взаимодействия человека, общества и природы; геоэкологических ценностных ориентаций, норм и правил в отношении к природе, умение и навыков по ее изучению и охране» [2].

Целевой инновацией проекта является реализация междисциплинарных образовательных технологий, методик и практикоориентированных подходов к геоэкологическому, туристскому и краеведческому дополнительному профессиональному образованию учащейся молодежи (школьники и студенты), а также подготовке и формированию целевой просветительской группы, реализующей полученные знания, навыки и умения среди сверстников, родителей, а в будущем своим детям.

В современной жизнедеятельности человека, довольно часто возникает проблема качественного состояния и количественного охвата геоэкологической культурой. Геоэкологическая и краеведческая культура является высшим уровнем формирования ответственного отношения человека к окружающей природной и общественной среде. В этой связи проблема связана с низким уровнем состояния геоэкологической и краеведческой культуры и знаний, системы просвещения среди школьников и студентов (детей-сирот и детей оставшиеся без попечительства родителей), а также проблема ассоциального поведения на природе как среди подростков, так и взрослого поколения граждан региона. Данный проект направлен на решение проблемы геоэкологического

и краеведческого образования и просвещения, воспитания молодёжи, которая передаст свои знания и навыки грамотного с геоэкологической и исторической точки зрения человеческого совершенствования и поведения в природной и общественной среде, своим родителям, родственникам, сверстникам, а в будущем и своим детям.

Наряду с вышеизложенным, есть проблема виртуализации окружающей среды и реальности поведения граждан в ней. На сегодняшний день подростки, молодежь (школьники и студенты) обладают слабым и небольшим уровнем знаний о природной среде в силу урбанизации, цифровизации и технологичности жизнедеятельности. Также свой отпечаток накладывает увеличившаяся их занятость в образовательном процессе в замкнутых пространствах аудиторий и помещений. Виртуальные технологии соцсетей, телевидение не дают полноты эмоциональных и чувственных восприятий природной среды и культуры. Все это усугубляется низкими доходами семей в дотационных регионах.

Нужно отметить, что в современных реалиях есть проблема развития регионального туризма, которая во многом определяется тем, что:

- доходность семей, проживающих в Тамбовском регионе очень мала. В связи с чем, затраты на экскурсии для своих детей в рамках региона практически отсутствуют;

- родители школьников зачастую не знают или имеют слабое представление об исторических, культурных, геоэкологических местах Тамбовщины и туроператорах которые реализуют данные Проекты и о доверии к ним;

В региональном туризме сегодня требуется: расширить кругозор школьников по данной туристской проблеме; совершенствовать опыт экскурсионной деятельности у студентов, обучающихся по туристскому направлению; популяризировать данный аспект деятельности (регионального туризма) у населения г. Тамбова и Тамбовской области в рамках просветительства.

Целевые группы проекта это: молодёжь и студенты; дети и подростки; лица, участвующие в профилактике и решении



проблем окружающей среды; дети-сироты и дети, оставшиеся без попечительства родителей.

География проекта локально широка. Тамбовская область (школы и ВУЗы, «Социальный приют для детей «Орешек»). Тамбовский район – палаточный лагерь на базе отдыха «Галдым» (СОЛ Молодежный) ТГУ имени Г. Р. Державина.

Образовательные и просветительские мероприятия включают:

- байдарочные походы – изучение разнообразия природных комплексов долины реки Цны и их экологического состояния, мероприятия по технике водного туризма;

- краеведческая работа по изучению природно-исторических комплексов Тамбовщины;

- проведение экологических акций по санитарной уборке территорий и эколого-краеведческих троп на территории тамбовского района. Во всех регионах России, в том числе и на территории Тамбовской области существует проблема загрязнения окружающей среды. Увеличилось количество несанкционированных свалок бытового мусора вокруг городов, в лесах, на берегах рек. Необходимо научить молодежь правильному поведению на природе, правильным аспектам рекреации, чтобы после активного отдыха оставались чистыми леса, луга и водоёмы;

- работа по проведению экскурсий и составлению туристских троп и маршрутов в Тамбовской области.

Реализуемые задачи проекта:

1. Привлечение учащихся школьников и студентов к геоэкологической и туристской культуре посредством просветительских лекций и мастер-классов. Формирование и комплектование школьных и студенческих групп для проекта, а также для полевого этапа проекта.

2. Организационно-экономическая, правовая подготовка работы полевого этапа, выездных этапов школы.

3. Практикоориентированное воспитание разумного бережного отношения к природе, культуры поведения на природе. Привлечение школьников (в т. ч. детей-сирот и малообеспеченных) на теоретические и практические занятия

по географии, экологии, туризму, сервису и краеведению в полевой, палаточный лагерь.

4. Ориентирование учащихся на просвещение сверстников через геоэкологическое, морально-нравственное и физиологическое совершенствование человека. Мастер-классы в научном кружке студентов «Специалист индустрии сервиса и туризма»

5. Участие школьников, студентов (в т. ч. детей-сирот и малообеспеченных) в туристическом проекте «Тамбовщина глазами детей» в рамках просвещения по краеведению в Тамбовской области.

6. Проведение IV Межрегиональной конференции «Геоэкологический потенциал России как культурное и образовательное наследие».

Как справедливо отмечено: «...наверное, нет на Земле человека, который не интересовался бы жизнью животных, не любовался красотой рек, озер, цветущих лугов и не стремился бы узнать о природе как можно больше. Ведь сам человек – часть природы. Поэтому очень важно укрепить в сознании каждого школьника понимание того, что человек принадлежит природе, и его долг и обязанность – заботиться о ней» [3].

Таким образом, социально-педагогическими результатами работы школы является:

– участники получают усовершенствованные и новые знания, умения и компетенции в области современных естественных наук, культуры, сервиса и туризма в рамках новых методов и инновационных техник, а также навыки коммуникативных практик в практикоориентированном процессе обучения с учетом возрастных и поколенческих особенностей современной молодежи;

– знания приемов и техник, методик, которые способствуют повышению осознанности и мотивации школьников и студентов, их желанию получать новые навыки, учиться и работать в заявленных отраслях, с применением дистанционных технологий и эдьютейнмента.

В результате исследования (проводимого студентами) заявленной проблематики в регионе 8-ми летней работы школы мы наблюдаем:

- проведено не менее 40 мастер-классов, 3 конференций (не менее 1200 участников) в школах и ВУЗах Тамбовской области, посвященных формированию навыкам геоэкологической культуры и эколого-мировоззренческой идеологии, что в свою очередь повышает как интерес участников проекта, их сверстников так и граждан, находящихся во взаимосвязи с реализацией проекта;

- при ежегодном проведении геоэкологической школы сформировались традиционные весенне-осенние акции по уборке территорий в регионе и наблюдается постепенное снижение загрязнения природных комплексов Тамбовского региона;

- в рамках туристско-рекреационного потенциала региона как малой родины происходит активизация экскурсионного туризма муниципальных образований Тамбовской области;

- проявляемый научный, образовательный и просветительский интерес у участников школы формирует потребность и желание в получении более высоких компетенций высшей школы (не менее 100 участников начиная с 2011 года поступили на различные направления подготовки в ФГБОУ ВО ТГУ имени Г.Р. Державина);

- освещение работы школы в СМИ, созданный методический и информационный материал носит просветительский аспект затрагивает широкую подростковую аудиторию региона и позволяет наиболее полно, емко и адекватно провести просветительскую работу по данному проекту среди подрастающего поколения в школах и ВУЗах, ССУЗах региона.

### ***Список литературы и источников***

1. Демидова Н.Н. Теория и методика формирования геоэкологической культуры школьников средствами географии. – URL: <https://famous-scientists.ru/dissertation/13043> (Дата обращения: 24.10.2023).

2. Формирование геоэкологической культуры. – URL: <https://gigabaza.ru/doc/750-p24.html> (Дата обращения: 24.10.2023).

3. Формирование геоэкологической культуры через региональный компонент. – URL: <https://infourok.ru/doklad-formirovanie-geoekologicheskoy-kultury-cherez-regionalnyj-komponent-5658749.html> (Дата обращения: 24.10.2023).

## **Практический подход к экологизации обучения на примере геоэкологической школы «Галдым»**

*Ишина Е.Е.*

*Заслуженный учитель РФ, учитель геоэкологии и географии МАОУ Лицей №28 им. Н.А. Рябова, начальник полевого экологического лагеря «Галдым»*

В настоящее время в школьное образование и особенно в географическое и биологическое включают экологизацию и краеведение. Такой подход к изучению этих предметов стал насущной необходимостью, поскольку диктуется объективными обстоятельствами.

Во-первых, обострением экологических проблем. Их успешное решение зависит от экологической культуры каждого человека, деятельность которого проявляется в определенном регионе. На примере этого региона, прежде всего и следует рассматривать взаимосвязь между природой и обществом.

Во-вторых, необходимость повысить практическую значимость занятий, которые действительно могут дать немало необходимых в жизни каждого человека знаний, умений и навыков.

Очень важно, что в результате внеурочных занятий на природе, учащиеся приобретают практические и творческие умения экологического характера. Такие как познавательные (например: умение объяснять экологические пробле-

мы данного ландшафта), оценочные (например: умение объяснить необходимость выполнения правил природоохранного поведения человека), прогностические (например: умение прогнозировать воздействие человека на природу), эколого-картографические (например: умение составлять экологические карты и планы отдельных участков местности).

Занятия на природе дают возможность учащимся лучше изучить и узнать свой край, помогают усвоению школьной программы, воспитывают бережное отношение к природным богатствам страны.

Ярким примером такого практического подхода к экологизации обучения является геоэкологическая школа «Галдым».

Остановлюсь на примере работы одного дня в полевом лагере школы «Галдым».

Примерный распорядок дня в полевом экологическом лагере:

8.00 – Подъем

8.15 -8.45 – Зарядка и водные процедуры

8.45- 9.00 – Уборка территории лагеря

9.00- 9.30 – Завтрак

9.30 -12.00 – Практические занятия на местности (по группам)

12.00 – 13.00 – Камеральная обработка материалов

13.00 -13.30 – Свободное время

13.30 -14.00 – Обед

14.00 -15.30 – Тихий час

15.30- 17.00 – Общественно-полезная работа (уборка территории, обустройство муравейников, бивуачные работы и т. п.)

17.00 – 17.30 – Полдник

17.30 – 20.00 – Культурно-массовые мероприятия, спортивные игры

20.00 -20.30 – Ужин

20.30 – 21.30 – «Встречи у костра» (подведение итогов работы за день, задачи на следующий день, викторины, песни и т. п.).

Группы состоят из студентов и школьников. Каждая группа работает по одному из направлений.

1. Гидрологические исследования включают в себя определение физических свойства воды (по методике А.А. Следникова) (степень загрязненности, температура, прозрачность и мутность, цветность, запах, вкус) и химических - жесткость и активную реакцию воды (РН).

2. Метеорологические наблюдения.

Эти наблюдения проводятся с использованием электронной миниметеостанции, а также отдельных приборов, таких как: анемометр, флюгер, термометр, осадкомер.

За смену работы в лагере каждый ребенок научился пользоваться этими приборами, обрабатывать полученные результаты, составлять прогноз на ближайшее время. В лагере ребята проводили наблюдения за температурой воздуха, атмосферным давлением, облачностью, осадками, скоростью и направлением ветра. При наблюдении за погодой ребята также применяли знания по предсказанию погоды по местным признакам.

3. Фенологические наблюдения ведутся в течение всего года, так как выезды в экологический лагерь осуществляются и осенью и зимой и весной. Выбранный, участок имеет пункты с определенными видовыми точками. Фенологические наблюдения имеют три основных раздела:

- а) гидрометеорологические явления;
- б) явления в мире растений;
- в) явления в мире животных;
- г) сведения о грибах,
- д) хозяйственная деятельность людей.

Сведения, полученные в результате фенологических наблюдений, дают более полное представление о жизнедеятельности биогеоценозов в течение всего года. Например, лесные жители очень осторожны, и обнаружить их летом довольно сложно, зимой же следы на снегу могут рассказать много интересного о жизни животных и птиц. Сезонное развитие природы проходит в сжатые сроки, но на даже близко расположенных участках цветение может проходить в разные сроки

(затенение, влажность), если повезёт, то цветущие первоцветы можно обнаружить и поздней весной. Но выяснить видовой состав раннецветущих деревьев, кустарников, травянистых растений может только визуальное наблюдение. Наблюдения фиксируются в дневники, которые дают информацию о многолетних наблюдениях и позволяют делать выводы о изменениях, происходящих в окружающей среде.

#### 4. Топографические исследования.

Производится топографическая съёмка мест отдельных видовых точек (Коса, берег Цны и т.п.) методом обратной засечки.

#### 5. Ботанические исследования.

Изучение растительных сообществ на ботанической площадке. Работа парами: первая пара – изучение древесной растительности; вторая пара – изучение кустарниковой растительности; третья пара – изучение травянистой растительности, определение из них цветущих. Фотографирование.

В лагере уделяется большое внимание организации досуга. Обязательным компонентом программы работы лагеря являются туристические и спортивные мероприятия. Ежедневно в программу лагеря входят викторины, игры, конкурсы экологической направленности.

Работая в экологическом лагере, дети получают жизненно необходимые навыки, ведут наблюдения над изменением местной природы под воздействием антропогенных факторов, делают первые научные выводы, исподволь формируют свои взгляды на природу не только как на источник эстетических наслаждений, но и как источник жизни.

Навыки, которые ребята приобретают в экологическом лагере, помогут им в выборе профессии, сложных жизненных ситуациях, повседневной жизни. Хочется верить, что ребята, пройдя через эту школу жизни, вырастут чуткими, неравнодушными людьми, умеющими сопереживать, брать ответственность за себя и товарищей, любящих и заботящихся о своей Земле.

## **Процесс разработки проекта экскурсионного маршрута «Мы этой памяти верны»**

***Власова М.С.,***

*студент направления подготовки 43.03.02 – Туризм  
Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина», Тамбов*

***Карелин А.В.,***

*студент направления подготовки 43.03.02 – Туризм  
Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина», Тамбов*

*Научный руководитель: к.п.н., доцент **Морева С.Н.***

В рамках IX геоэкологической школы «Галдым» была проведена исследовательская работа для разработки экскурсионного маршрута патриотического направления. Была создана творческая команда, которая начала работать над разработкой туристского маршрута «Мы этой памяти верны».

Исследовательская работа началась с этапов подготовки и включала в себя: аналитику, отбор объектов, составление маршрута, апробация и написание текста. Рассмотрим подробнее каждый:

### *Аналитика*

На данном этапе творческой командой был проведен анализ турпотока в регион за первое полугодие и анализ существующих туристских маршрутов патриотической направленности в городе Тамбове. По результатам анализов пришли к следующим выводам:

– за первое полугодие турпоток в Тамбовскую область увеличился на 17% в сравнении с тем же периодом прошлого года;

– в регионе туристские маршруты военно-патриотической направленности представлены в небольшом количестве;

– всего лишь три организации города Тамбова осуществляют экскурсии по туристским маршрутам патриотической направленности [3,4,5,6]. Результаты анализов представлены в Таблице 1 и Таблице 2.



Таблица 1.

**Анализ туристического потока Тамбовской области**

	Январь	январь – февраль	январь – март	январь – апрель	январь – май	январь – июнь	январь – июль	январь – август
Тамбовская область	16664	34318	52094	77373	118240	177474	281708	366508

Таблица 2.

**Перечень военно-патриотических маршрутов  
г. Тамбова**

<i>Наименование организации</i>	<i>Название маршрута</i>	<i>Направление</i>
ТОГБУК «Тамбовский областной краеведческий музей»	«Тамбов патриотический»	Военно-патриотическое
ООО «Бюро путешествий и экскурсий «Джинтур»	«Родина героев. Зоя и Шура»	Военно-патриотическое
Туристическая фирма «Вернисаж»	Дороги Победы «Тамбовский вклад во славу Родины»	Военно-патриотическое
ООО «Бюро путешествий и экскурсий «Джинтур»	По следам боевых подвигов 2-ой гвардейской армии (Тамбов-Волгоград)	Военно-патриотическое
ООО «Бюро путешествий и экскурсий «Джинтур»	«Зоя. На Родине героя!»	Военно-патриотическое

*Отбор объектов*

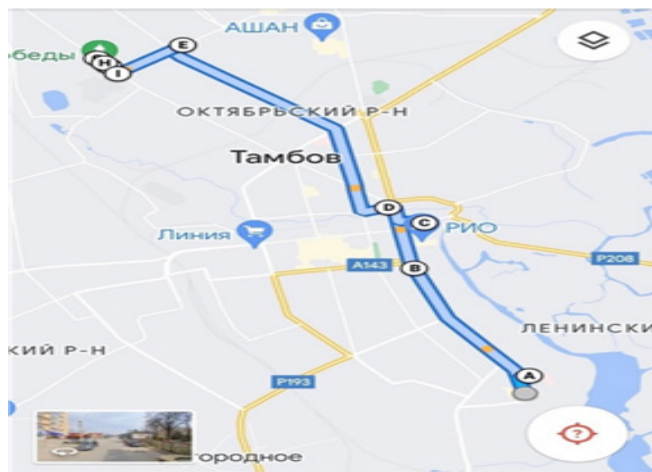
Следующий этап предполагает работу, связанную с изучением достопримечательностей г. Тамбова. Творческая команда проводила отбор историко-культурных достопримечательностей региона, наиболее подходящих под тематику

маршрута. Всего в маршрут было включено 13 объектов показа. Каждый объект был посещен и осмотрен участниками команды на месте.

#### *Составление маршрута*

Составление маршрута – это самый интересный и ответственный этап. Перед нами стояла задача расположить объекты в логической последовательности и при этом соблюсти хронометраж. Экскурсионный маршрут по городу должен быть компактным. Максимальный переезд от одного объекта к другому составляет 15-20 минут. Также важно учитывать отсутствие повторных проездов по одной и той же улице или площади.

Экскурсионный маршрут «Мы этой памяти верны» начинается на улице Гоголя, 6, где расположены первые объекты – Музей истории медицины и Памятник, посвящённый подвигу медиков в Великой Отечественной войне. Далее мы движемся по улице Советской, на которой находятся основная часть объектов показа. Заканчивается маршрут на севере города в Парке победы. Продолжительность маршрута – 3 часа. На рисунке 1 представлена схема маршрута, составленная участниками команды.



*Рис. 1. Карта туристского маршрута*

### *Написание текста*

Этот этап предполагает составление контрольного текста экскурсии. Для этого мы проанализировали различные источники и отобрали нужную информацию по каждому объекту. Далее проверили достоверность найденной информации, а после составили тексты и отредактировали их для уложения в тайминг маршрута. Затем объединили описание объектов показа, прописали логические переходы и получили контрольный текст.

### *Апробация маршрута*

Апробация маршрута включала в себя посещение объектов показа, где каждый участник творческой команды рассказывал про определенный объект. Нами было определено время, которое в среднем расходуется на один объект, на перемещение между объектами и в целом на весь маршрут. Результатом этапов по разработке проекта стало создание презентации и дальнейшее ее представление.

Итог исследовательской работы – презентация проекта экскурсионного маршрута «Мы этой памяти верны» в рамках IX геоэкологической школы «Галдым».

*Цель проекта:* познакомить подрастающее поколение с памятниками истории, расположенными в городе Тамбове посвященными Великой Отечественной войне и другим военным конфликтам, в целях воспитания у подрастающего поколения чувства патриотизма к Родине.

### *Задачи:*

1. Проанализировать факторы, вызывающие интерес у подрастающего поколения в ознакомлении с памятниками, посвященными Великой Отечественной войне.

2. Исследовать характеристики и сущностное наполнение существующих туристских маршрутов в регионе военно-патриотической направленности.

3. Сформировать авторский туристский маршрут по памятникам истории, посвященными Великой Отечественной войне, расположенными в городе Тамбове.

### *Список объектов, включенных в маршрут:*

1. Музей истории медицины.

2. Памятник, посвящённый подвигу медиков в Великой Отечественной войне.
3. Памятник Зое Космодемьянской.
4. Монумент «Вечная слава».
5. Памятник «Тамбовский колхозник».
6. Мемориальное панно-триптих «Стена памяти».
7. Парк Победы.
8. Боевой самолет «МИГ-19».
9. Памятник ветерану-победителю.
10. Памятники Степана Николаевича Перекальского, Драченко Ивана Григорьевича и Василия Ивановича Щелкунова.
11. Выставка бронетехники.
12. Мемориал воинам-землякам, погибшим в Афганистане [1].
13. Памятник участникам СВО [2].

Таким образом, экскурсионный маршрут «Мы этой памяти верны» объединил героев разных поколений, направлен на формирование у подрастающего поколения чувство патриотизма, любви и защиты Родины, как в мирное, так и в военное время, усвоить главное, что любовь к Родине – это проявление патриотизма, а защита Отечества – это долг и обязанность патриота.

### ***Список литературы и источников***

1. Администрация Тамбовского района: [сайт]. – URL: <https://tambrn.ru/1/news/15/2628.html> (Дата обращения 09.10.2023)
2. Вести Тамбов: [Электронный ресурс]. – URL: <https://vestitambov.ru/new/v-parke-pobedy-tambova-otkryli-zakladnoj-kamen-v-pamjat-ob-uchastnikah-svo/> (Дата обращения 09.10.2023)
3. Тамбов – официальный туристический портал// Тамбов патриотический: [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://visit-tambov.ru/tambov\\_patrioticheskii](https://visit-tambov.ru/tambov_patrioticheskii) (Дата обращения 07.10.2023)

4. Тур «Родина героев. Зоя и Шура» в составе детских экскурсий «Тамбовщина глазами детей»// «Джинтур» [официальный сайт]. – Режим доступа: <https://djin-tour.ru/> (Дата обращения 07.10.2023)

5. Туристическая фирма «Вернисаж»// Тамбов: [официальный сайт]. – URL: <https://vernisag-tambov.ru/> (Дата обращения 08.10.2023)

6. Федеральная служба государственной статистики / Туризм: [сайт]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (Дата обращения 09.10.2023)

## **Этнический туризм и его перспективы развития в России**

***Карелин А.В.,***

*студент направления подготовки 43.03.02 – Туризм  
Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина», Тамбов*

***Рыжкова Е.А.,***

*студент направления подготовки 43.03.02 – Туризм  
Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина», Тамбов*

*Научный руководитель: к.п.н., доцент **Морева С.Н.***

В современном обществе наряду с глобализацией остаются востребованными и актуальными этнические традиции и их изучение, а также сохранение бытовых практик и обрядов. Все эти элементы являются неотъемлемой частью этнического туризма.

Этнический туризм – это одно из направлений туризма, имеющее ярко выраженные этнические, языковые и культурные составляющие. Особая разновидность культурного туризма, раскрывающая образ жизни местного населения [5].

Термин «этнический туризм» не имеет чёткого определения и не зарегистрирован на международном и российском законодательстве.

Этнотуризм ориентирован на знакомство с отдельными народами и их изучению с целью культурного и языкового обмена. На данный момент этнотуризм подразделяется на следующие виды: этнографический и ностальгический. В свою очередь, ностальгический делится на 3 подвида: антропологический, джайлоо-туризм, аборигенный [1].

На сегодняшний день этнический туризм пользуется популярностью среди туристов, так как реализация этнического тура возможно в любой части света, с сохранившимся коренными народными группами и созданным ими культурно-историческим наследием. Так на период 2022 года внутренний туристский поток увеличился на 17% по сравнению с предыдущим годом. Причинами такого хорошего роста можно назвать заинтересованность людей к культуре и истории своих предков и страны, желание выбраться из шумного города и окунуться в атмосферу сельского колорита.

Регионы России обладают большими возможностями для развития данного направления туризма ввиду обширности территорий, каждая из которых обладает своим собственным историческим и культурным наследием.

Среди них, можно выделить 2 категории: материальные (культовые здания, места погребения, этнические фестивали, памятники архитектуры), нематериальные (представители этноса, фольклор, народная кухня, медицина и ремесла).

В Российской Федерации данное направление широко представлено туристскими предложениями, посвященными культуре, обычаям и традициям. Так появились главные этнические центры: Московская и Ленинградская области, а также другие города, которые являются частью Центрального, Северо-Западного федеральных округов. Также оно является одним из наиболее многообещающих направлений развития регионального туризма.

Туристы путешествуют в такие места для того, чтобы получить уникальные и неповторимые ощущения. Участвуя в различных фестивалях, ритуалах или при общении с местными жителями они удовлетворяют свои духовные потребности, а также обогащают свой жизненный опыт и культуру,

улучшают свое ментальное и физическое состояние. В свою очередь это приносит пользу региону, поскольку деньги, потраченные туристами в месте пребывания, создают доход для принимающего региона. Этот процесс оказывает косвенное влияние на экономику, деньги туристов начинают работать на местный бизнес, появляются новые рабочие места [2].

Можно выделить несколько регионов, которые отличились в деле реализации и продвижения этнического туризма:

1. Дагестан. Возведено несколько центров народных промыслов: производства ковров, чеканка, керамика. Организована деятельность при поддержке местных властей по сохранению патриархальных горных аулов.

2. В Бурятии успешно стартовал в рамках регионального проекта маршрут «Сказочный Сагаалган» по старообрядческим поселениям, храмам православия и буддизма.

3. Башкирия в 2018 году становится победителем как «Лучший этнографический маршрут», а также признан лучшим в номинации «Маршрут года» среди округов Европейской России.

4. Тверская область. Работает экоферма «Нестеровых». Проводятся мастер-классы, где туристов знакомят с народной кулинарией, они принимают участие в древних обрядах, узнают о деревенскую жизнь центральной Руси.

5. В Калмыкии строится для туристов развлекательный комплекс «Джангарленд».

6. Крым. Благодаря большому этническому разнообразию развитие этнического туризма является перспективным направлением. На территории действует культурно-этнографический центр «Коккоз», греческий этнографический музей «Карачоль», а также армянский культурный кластер «Сурб-Хач».

7. На Камчатке организуются различные туристические этномаршруты в деревни коренных жителей, где туристы знакомятся с культурными особенностями и бытом жителей острова [3].

В стране осуществляется различная деятельность по разработке, внедрению проектов, которые направлены на улучшение туристского состояния региона при помощи укрепления

и развития в нем этнического туризма. В большинстве случаев спонсированием данных проектов занимается государство при помощи фонда президентский гарантов, выделением государственных субсидий или крупные организациями. Проводятся различные слеты, научные конференции, которые направлены на привлечения внимания к местам и объектам туристской дестинации. Разработка новых программ национального туризма – планирование «национальных маршрутов» и географической интеграции, таким образом, чтобы туристы могли посетить разные места и получить уникальный культурный опыт. Расширение сотрудничества с прочими государствами, в частности с азиатскими странами. Проходят различные работы по выявлению объектов культурного и природного наследия. На период 2023 года в списке всемирного наследия ЮНЕСКО числится 30 Российских объектов. Это способствует улучшению имиджа и привлекательности на туристическом рынке.

Подводя итоги, можно отметить, что Россия на данный момент обладает неизмеримым потенциалом для создания и реализации этнических туров. В свою очередь этнический туризм может стать одним из самых популярных видов туристического досуга не только среди туристов Российской Федерации, но и привлечь на территорию страны иностранных посетителей, что положительно скажется и на сохранении уникальных культурных традиций малых народов, и на поддержании международных отношений, а также на экономическом состоянии туризма.

### ***Список литературы и источников***

1. Михайлова Н.В., Этнический туризм в контексте межкультурной коммуникации и межкультурного диалога // Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых, г. Владимир, 2020. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42369285> (Дата обращения 12.09.2023)

2. Пустаркова А.А, Хакимова Э.А. Перспективы развития этнографического туризма на региональном уровне [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>



perspektivy-razvitiya-etnicheskogo-turizma-na-regionalnom-urovne (Дата обращения 12.09.2023).

3. Современное состояние и перспективы развития этнографического туризма. – URL: <https://turizm-centr.ru/etnicheskij-turizm-v-rossii-eto/?ysclid=livwr4ys9f818207678> (Дата обращения 12.09.2023).

4. Этнический туризм в России на современном этапе развития индустрии туризма, Бахтина С.М., Смирнов Д.В. ФГА-ОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», г. Севастополь, 2018. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35015868> (Дата обращения 12.09.2023).

5. Этнотуризм в России: современное состояние и ориентиры развития // Научный журнал «актуальные исследования» #24 (27), декабрь 2020. – URL: <https://apni.ru/article/1689-etnoturizm-v-rossii-sovremennoe-sostoyanie> (Дата обращения 11.06.2023).

## **Роль волонтерского движения в развитии современного общества**

***Новикова М.А.,***

*студент направления подготовки 43.03.01 – Сервис*

*Тамбовский государственный университет*

*имени Г.Р. Державина», Тамбов*

*Научный руководитель: к.п.н., доцент Морева С.Н.*

В современном мире, где все большее значение приобретают социальные связи и активное участие граждан в жизни общества, волонтерство становится важным фактором социального развития. «Волонтерское движение» – представляющее собой добровольное участие людей в различных сферах общественной жизни, играет значительную роль в формировании общественного сознания, укреплении социальной солидарности и развитии гражданского общества.

Целью данной статьи является исследование роли волонтерского движения в развитии современного общества. В настоящее время «институт» волонтерства успешно развивается и становится все более значимым ресурсом развития социума. Участие в волонтерском труде не имеет политических, религиозных, расовых, возрастных границ. Волонтеры занимают важное место в развитии передовых идей, в повышении благосостояния государства, в национальных программах и программах ООН, связанные с оказанием гуманитарной помощи, соблюдением прав человека, техническим содействием, демократизацией общества и укреплением мира. На идеях доброты, отзывчивости, милосердной помощи основана работа многих организаций, профессиональных ассоциаций и т. д.

«Волонтерское движение» в современном обществе охватывает различные сферы общественной жизни. Оно привлекает людей разных возрастов, социальных статусов и профессий, объединяя их общими целями и ценностями.

### *1. Вклад в социальное развитие*

Волонтеры вносят значительный вклад в социальное развитие, оказывая помощь тем, кто в ней нуждается. Они участвуют в социальных проектах, помогают людям с ограниченными возможностями, престарелым, детям-сиротам, беженцам и другим социально уязвимым группам. Волонтерство способствует снижению социального неравенства и укреплению социальной солидарности [2].

### *2. Экономический вклад*

Волонтерство также вносит вклад в экономическое развитие. Волонтеры участвуют в реализации проектов, направленных на улучшение жизни общества, что в свою очередь способствует экономическому росту. Кроме того, волонтеры помогают в решении проблем местных сообществ, что также способствует экономическому развитию [5].

### *3. Волонтерство и культурное развитие*

Волонтеры активно участвуют в культурной жизни общества. Они организуют культурные мероприятия, участвуют в сохранении исторического и культурного наследия, способствуют распространению и популяризации культуры [3].

#### *4. Формирование активной гражданской позиции*

Волонтерство способствует формированию активной гражданской позиции. Участие в волонтерской деятельности помогает людям осознать свою ответственность за общество, способствует развитию лидерских навыков и самоорганизации [1].

#### *5. Волонтерство в борьбе с современными вызовами*

Волонтеры играют важную роль в решении актуальных проблем общества. Они участвуют в экологических проектах, помогают в борьбе с бедностью, участвуют в решении проблем здравоохранения [4].

Следует отметить, что волонтерство, как никакой другой вид человеческой деятельности, соответствует русскому менталитету и русскому национальному характеру. Сегодня на фоне глобальных событий растут перспективы развития волонтерского движения.

Волонтерское движение ТГУ имени Г.Р. Державина основано в 2002 году на основании Положения об отряде «Бумеранг». Первой волонтерской организацией в институте является центр волонтерского движения «БУМЕРАНГ», который основан в 2013 году Еленой Валентиновной Великановой, а в 2015 году вошёл в состав Ассоциации волонтерских центров России.

#### *Задачи Центра:*

- продвижение и популяризация ценностей добровольчества среди обучающихся Университета;
- определение направлений деятельности волонтеров в Университете;
- разработка и реализация эффективных механизмов, форм и методов работы с различными целевыми группами;
- курирование руководителей волонтерских отрядов факультетов/институтов, оказание им практической и методической помощи;
- координация деятельности волонтеров в период их участия в культурно-массовых и социально-значимых мероприятиях.

### *Результаты работы Ресурсного центра СДИ «БУМЕРАНГ»*

Проведено собственных 43 мероприятия, а также мероприятий, в которых организация совместно с волонтерами выступили в качестве организаторов, оказали помощь в проведении – 39, в которые были вовлечены 781 волонтер через ЕИС «Добровольцы России». Благополучателями стали за данный период 1867 граждан. Количество наших волонтеров 230. Появилось направление более узкое направление Волонтеры русского языка и литературы, создан экологический отряд. Активно сотрудничаем с предпринимателями и бизнесом, примером такого мероприятия является Фестиваль «Everfest» в котором приняли участие 25 волонтеров. Четыре студента стали лауреатами муниципальной премии «Волонтер года» по г. Тамбову. РЦ СДИ «БУМЕРАНГ» стал лауреатом специальной премии Областного конкурса на присуждение ежегодной премии имени В.Н. Окатова «Общественное признание – 2019», а также Ресурсный центр вошёл в зелёную зону рейтинга АВИЦ.

В Державинском университете, функционирует штаб Всероссийского общественного движения «Волонтеры Победы», созданный в 2017 году.

«Волонтеры Победы» – это команда добровольцев, которых объединяет общая цель – сохранение исторической памяти о самой разрушительной войне XX века, поддержание мира, согласия, международной дружбы и солидарности через изучение истории и противодействие её фальсификации сегодня [6].

#### *Направления работы «Волонтеры Победы»:*

- Помощь ветеранам.
- Благоустройство аллей славы, памятных мест и воинских захоронений.
- Организация и проведение Всероссийских молодёжных исторических квестов.
- Организация и проведение Всероссийских акций.
- Медиа, производство познавательного контента.
- Волонтерского сопровождения парадов Победы на территории Российской Федерации.

*Результаты работы «Волонтеров Победы» за 2022-2023 гг.*

- Реализован Всероссийский проект «Мобильная бригада помощи Ветеранам и инвалидам Великой Отечественной войны» на территории Тамбовской области.
- Реализован проект «Память ветерана».
- Организован кинопоказ авторского кино о Великой Отечественной войне.
- Стали победителями премии «Державинский волонтер» и городского совета по добровольчеству.
- Приняли участие в волонтерском сопровождении Парада Победы и Бессмертного полка.
- Приняли участие во Всероссийском флешмобе на фестивале «Крымская весна» [7].

Следовательно, роль волонтерского движения в развитии современного общества главным образом выражается в социальном, экономическом и культурном развитии. Неотъемлемую часть во всем этом играют различные волонтерские движения.

Подводя итоги вышесказанному, нельзя не заострить внимание на том, что «волонтерство» трансформирует социальные отношения и представляет собой добровольческую деятельность, основанную на идеях доброты, отзывчивости, милосердной помощи ближнему. На примере добровольческих организаций ТГУ им. Г.Р. Державина, можем отметить, что «волонтерская деятельность» способствует изменению мировоззрения самих участников и тех, кто рядом.

Данная деятельность приносит пользу, как государству, так и самим волонтерам, которые посредством «волонтерской деятельности» развивают свои умения и навыки, удовлетворяют потребность в общении и самоуважении, осознают свою полезность и нужность, получают благодарность за свой труд, развивают в себе важные личностные качества, на деле следуют своим моральным принципам и открывают более духовную сторону жизни.

### ***Список литературы и источников***

1. Джонсон, К. Волонтерство и его влияние на развитие гражданского общества // Социологии и общественной политики. – 2020, №24(3). – С.67-82.
2. Ким, Ю. Роль волонтерского движения в устойчивом развитии общества // Вестник социологии и социальной антропологии. – 2021, №35(2). – С. 112-125.
3. Ли, С. Волонтерство и его вклад в развитие социальной сферы // Социальных исследований. 2022, №48(1), 45-58.
4. Мартинез, А. Волонтерство и его роль в формировании гражданской идентичности // Социологии и политики. – 2023, №27(4). – С. 89-104.
5. Петрова, Е. Волонтерство и его влияние на экономическое развитие общества. Вестник экономической социологии. – 2020, №18(2). – С. 76-89.
6. Ресурсный центр СДИ «БУМЕРАНГ». – URL: <https://vk.com/boomerang68> (Дата обращения 01.10. 2023)
7. Волонтеры Победы Державинского университета. – URL: <https://vk.com/zapobedy68tsu> (Дата обращения 10.10.2023)

### **Сущность правового регулирования в сфере гостеприимства**

***Самойлова Н.В.,***

*студент, направления подготовки 43.03.02 – «Туризм»*

*Тамбовский государственный университет*

*имени Г.Р. Державина, Тамбов*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Зобова Е.В.*

Правовое регулирование занимает центральное место и играет ключевую роль во всех сферах жизнедеятельности общества, не является исключением и сфера гостеприимства. По своей природе правовое регулирование означает «осуществляемое государством при помощи права и совокупности правовых средств упорядочение общественных отношений, их юридическое закрепление, охрану и развитие»[2, с. 115].

Как в теоретической, так и в практической деятельности распространена позиция, согласно которой правовое регулирование в сфере гостеприимства выступает фундаментом эффективного функционирования предприятий гостиничной направленности, а также гарантом защиты прав и интересов всех участников гостиничного рынка. Содержанием правового регулирования в рассматриваемой сфере деятельности являются непосредственно нормативные правовые и распорядительные документы.

В первую очередь индустрия гостеприимства предполагает «наличие различных взаимосвязанных отношений, которые не могут существовать без правового регулирования» [6, с. 58]. Это могут быть такие отношения, которые напрямую относятся к деятельности по размещению и обслуживанию (как правило, это бронирование номеров, процесс приема и т. д.) или такие, в содержание которых вступает гостиничная, содержанием гостиницы (например, водоснабжение и электроснабжение гостиницы, капитальный ремонт и т. д.), и многие другие отношения. Как мы видим, все они требуют регулирования со стороны государства и, соответственно, не могут существовать без него.

В условиях современной действительности эффективное функционирование и процветание индустрии гостеприимства представляется невозможным без надлежащего правового регулирования, которое гарантирует надежное существование и совершенствование рассматриваемой сферы деятельности. Правовое регулирование в сфере гостеприимства проявляется в нескольких аспектах. Это, в частности:

- нормы права;
- правоприменительные акты;
- правосознание;
- правовая культура [3, с. 26].

Цель правового регулирования в рамках индустрии гостеприимства заключается в том, чтобы укреплять всеми возможными способами позиции законности и правопорядка на рынке. Можно отметить тот факт, что деятельность специалистов, которые трудятся в данной сфере, охватывает следующие факторы:

1) создание всех необходимых комфортных условий для безопасного отдыха граждан, а также обеспечение сохранности их имущества;

2) разработка мер, направленных на охрану окружающей среды;

3) сохранение духовных и материальных общественных ценностей;

4) защита прав и интересов посетителей;

5) обеспечение контроля над соблюдением применения действующих законодательных и правовых норм;

6) разработка нормативных правовых документов организационного и экономического характера, которые представляются необходимыми для эффективного функционирования индустрии гостеприимства [4, с. 53–54].

В связи с тем, что в индустрии гостеприимства существенная роль отводится человеческому фактору, можно сделать вывод о том, что именно от человека зависит эффективность функционирования как государственных органов, так и предприятий, входящий в единую систему индустрии гостеприимства.

Правовое регулирование индустрии гостеприимства не лишено специфических особенностей. Так, в научной доктрине распространено мнение о том, что правовое регулирование в рассматриваемой сфере деятельности главным образом направлено на «защиту интересов посетителей, туристов и т. д.» [5, с. 59]. Отчасти сложно оспорить данную позицию, поскольку защита граждан является главной целью правового регулирования не только в рамках индустрии гостеприимства. Соответственно, особенностью является то, что эта защита осуществляется при помощи нескольких способов, к которым относится обязывание, запрещение и дозволение. Помимо этих способов активно применяются такие юридические инструменты как правовые ограничения и поощрения, нормы судебного права и некоторые другие.

Соответственно, на основании всего вышеизложенного мы можем сделать вывод о том, что сущность правового регулирования заключается в том, чтобы деятельность индустрии



гостеприимства отвечала всем требованиям законности, справедливости и безопасности, а также другим критериям, которые также являются необходимыми для эффективного функционирования рассматриваемой сферы деятельности. Очевидно, что без правового регулирования не может функционировать ни одна сфера деятельности.

Следует отметить тот факт, что индустрия гостеприимства, будучи динамично развивающейся социально-экономической системой, постоянно подвергается различного рода изменениям, которые исходят не только от положительной мировой обстановки, но и от мировых кризисов, катастроф и пр. Имеют место и многочисленные проблемы, которые препятствуют активному развитию рассматриваемой сферы деятельности. По обыкновению в научной литературе к основным отрицательным чертам относят слабую нормативно-правовую базу и регламентирование субъектов индустрии гостеприимства [1, с. 190]. Разумеется, не стоит забывать и про слабое современное техническое обеспечение, которое также является яркой проблемой в сфере гостеприимства. Помимо прочего важно отметить то обстоятельство, что индустрия гостеприимства носит международный характер и по этой причине возникает сложность в рамках правового регулирования рассматриваемой сферы деятельности.

Подводя итог вышесказанному, мы можем констатировать, что правовое регулирование занимает центральное место в сфере деятельности индустрии гостеприимства. Перед правовым регулированием стоит важная задача, которая заключается в том, чтобы обеспечить охрану прав и интересов граждан, обеспечить их безопасность, как и безопасность окружающей среды, гарантировать законность и безопасность деятельности индустрии гостеприимства. Основная цель правового регулирования в сфере гостеприимства заключается в том, чтобы укреплять позиции законности и правопорядка на рынке.

Так, правовое регулирование в сфере гостеприимства является основой эффективного функционирования предприятий гостиничной направленности, а также гарантом защиты

прав и интересов всех участников гостиничного рынка. В содержание правового регулирования входят нормативные правовые и распорядительные документы.

### ***Список литературы и источников***

1. Клиценко, М. В. Проблемы государственного регулирования в сфере индустрии гостеприимства / М. В. Клиценко, А. Ю. Беленкова // Ученые заметки ТОГУ. – 2020. – Т. 11. – № 1. – С. 188 – 191.

2. Кожокар, И. П. Правовое регулирование: понятие и формы / И. П. Кожокар // Государство и право. – 2020. – № 12. – С. 112 – 127.

3. Стригунова, Д. П. Правовые основы гостиничного и туристского бизнеса: учебное пособие / Д. П. Стригунова. – М.: КноРус, 2021. – 200 с.

4. Удалов, Д. Э. К вопросу о применении правовых знаний специалистами в сфере индустрии туризма и гостеприимства / Д. Э. Удалов // Научный вестник МГИИТ. – 2019. – № 6 (62). – С. 53 – 60.

5. Чернякова, С. А. Отдельные аспекты правового регулирования процесса оказания гостиничных услуг в России / С. А. Чернякова // Сервис в России и за рубежом. – 2021. – Т. 15. – № 5 (97). – С. 59 – 72.

6. Шанаурина, Ю. В. Нормативно-правовое регулирование в гостиничном сервисе: учебное пособие / Ю.В. Шанаурина. – М.: Флинта, 2020. – 254 с.

## **СЕКЦИЯ: СПЕЦИФИКА СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГЕОЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СФЕРЕ**

---

### **Понятие и роль инновационного цикла в сфере туризма**

*Юркова С.Р.,*

*студент, направления подготовки 43.03.02 – Туризм*

*Тамбовский государственный университет*

*имени Г.Р. Державина, Тамбов*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Зобова Е.В.*

Прежде чем перейти к рассмотрению цикла инноваций в туризме необходимо изучить такой термин как «инновационный процесс». В науке распространено мнение о том, что инновационный процесс представляет собой жизненный цикл инноваций. Иначе рассматривая, можно сказать, что инновационный процесс представляет собой последовательность работ по инновационному циклу. Инновационный цикл, в свою очередь, характеризуется взаимосвязанными и постепенно идущими этапами создания, разработки и промышленного внедрения инноваций в практической деятельности.

В научной доктрине распространено мнение о том, что инновационный процесс является достаточно сложным явлением, который характеризуется уникальными специфическими особенностями. Объяснение специфики инновационного процесса в сфере туризма мы можем наблюдать, например, в научной деятельности отечественного ученого-теоретика Ю. И. Абульяна. Так, согласно позиции ученого, инновационный процесс находит свое отражение благодаря нескольким аспектам. Во-первых, туристский рынок и уровень удовлетворенности туриста. Во-вторых, взаимосвязанная, эффективная деятельность организаций (туристских и общественных), органов государственной власти в сфере туризме, органов местного самоуправления [1, с. 243]. Помимо вышеназванных

структур не стоит забывать про местное население, чья оценка туристской деятельности является достаточно значимым звеном во всей рассматриваемой сфере.

Таким образом, Ю. И. Абульян и ряд других отечественных ученых придерживаются позиции, согласно которой совместная деятельность, правильно построенное взаимодействие всех вышеперечисленных элементов может привести к активному развитию, процветанию туристской деятельности, как в отдельных регионах, так и на международном уровне.

Инновационный процесс, будучи единым и весьма объемным механизмом, состоит из ряда элементов. Как правило, при отсутствии хотя бы одного из этих элементов инновационный процесс уже не будет отвечать всем требованиям полноты, эффективности и пр. Одним из этих необходимых элементов является инновационный цикл. В научной литературе инновационный цикл рассматривают как процесс, который обозначает наличие обратной связи между непосредственным потребителем нового товара или услуги и, собственно, научной сферой деятельности. В современной теоретической литературе можно встретить весьма большое количество разнообразных характеристик инновационного цикла, что говорит о сложности и многоаспектности изучаемого явления.

Общепринятый факт, что на практике термин «инновационный цикл» находит свое применение в том случае, когда возникает необходимость учитывать комплекс всех этапов деятельности в рамках определенного временного периода, а именно с момента поиска новых идей и заканчивая непосредственным использованием этих идей уже в практической деятельности, в том числе коммерциализацией и распространением. Данное обстоятельство подчеркивает всю важность рассматриваемого явления.

Как правило, в содержание инновационного цикла входит два главных элемента: период создания новации и жизненный цикл. Эти элементы имеют место в содержании инновационного цикла потому, что одно нововведение может быть использовано несколько раз в создании инноваций. Более того, это нововведение может быть использовано и в дру-

гих сферах, которые являются весьма отдаленными от сферы появления новации [3].

Для того чтобы более детально изучить тему инновационного цикла в сфере туризма, считаем необходимостью добавить элемент наглядности, а именно представить схему инновационного цикла в туризме. Это позволит нам более полно понять сущность и роль инновационного цикла.

Период создания новации включает в себя три стадии, а именно: зарождение, становление и освоение. Так, необходимо обозначить сущность каждой из этих стадий. Итак, стадия зарождения предполагает осознание необходимости и возможности существования инноваций в той или иной области. Стадию становления часто интерпретируют как процесс постепенного развития идеи. Стадия становления представляет собой процесс, который предполагает внедрение инноваций в практическую деятельность.

Далее перейдем к характеристике жизненного цикла инноваций. Как видно из приведенной схемы, жизненный цикл инноваций содержит в себе несколько взаимосвязанных фаз, а именно: внедрение, коммерциализация и диффузия, рутинизация и превращение в традиционный продукт.

Необходимо отметить тот факт, что инновационный цикл должен пройти все стадии периода создания новаций и все фазы жизненного цикла инноваций. Иначе, при отсутствии прохождения хотя бы одного из этапа, инновационный цикл не будет считаться завершенным и, как следствие, эффективным. Соответственно, из этого положения и вытекает существенная роль инновационного цикла в практической сфере деятельности.

В научной доктрине имеет место теория, в соответствии с которой отправной точкой функционирования инновационного цикла является момент возникновения идеи. Это может быть идея создания чего-то нового, в нашем случае это создание нового туристского продукта, либо это идея изменения чего-то старого, в целях соответствия современным тенденциям общественной жизни.

Как правило, после возникновения идеи наступает процесс воплощения в жизнь задуманного. Это разработка концепции, поиск потребителя, формирование примерного содержания продукта [2, с. 42].

Далее начинается поиск и выбор поставщиков и партнеров, осуществляется планирование основных и дополнительных услуг, решаются вопросы транспортировки, медицинского страхования, проводится предварительная экономико-ценовая проработка. После этого проводится визуальная презентация, вводятся пробные продажи, проводится оценка ожидаемого спроса и степени конкурентоспособности.

После этого происходит продвижение туристского продукта и внедрение его на рынок, реализация и коммерциализация. Помимо этого происходит процесс формирования системы управления сбытом, стимулирование персонала.

Последний этап, который проходит инновационный цикл, характеризуется активной реализацией продукта на рынке.

Таким образом, мы делаем вывод о том, что инновационный цикл в туризме – это процесс, который обозначает наличие обратной связи между непосредственным потребителем нового товара или услуги и, собственно, научной сферой деятельности. Инновационный цикл проходит ряд стадий периода создания новации и ряд фаз жизненного цикла инноваций. Его роль является существенной, поскольку он используется при возникновении необходимости учитывать комплекс этапов инновационной деятельности.

### ***Список литературы и источников***

1. Абульян, Ю. И. Особенности инноваций в туризме // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. – 2013. – № 3 (59). – С. 241 – 250.
2. Бакиева, Г. Р. Жизненный цикл инноваций в туризме / Г.Р. Бакиева, А. А. Килимбаева // Торговля, предпринимательство и право. – 2016. – № 2. – С. 42-45.
3. Инновации в сфере туризма: учебное пособие / Под ред. М. В. Волошиновой и [др.]. – Спб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. – 84 с.

## **Ключевые приоритеты «выживания» и восстановления индустрии гостеприимства**

**Климентова А.А.,**  
*магистрант, направления подготовки 37.04.01 –  
Психология Педагогический институт  
Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина, г. Тамбов*

Одним из наиболее пострадавших секторов экономики, во время пандемии, оказался туризм, вирус, уничтоживший привычный мир путешествий практически на два года и сейчас туристическому рынку приходится работать в режиме полной неопределённости. Эксперты туристического бизнеса ожидали, что международный туризм в 2021 году сократится на 80%.

Такие направления как: международный, деловой и событийный туризм особенно испытывают трудности [1]. Ситуация, которая сложилась сейчас в мире, позволяет переосмыслить будущее отрасли, меры, принятые сегодня сформируют туризм завтрашнего дня.

2020 год принес массу изменений в наши жизни. Большинство путешественников хотят необычных впечатлений, изучают местную культуру, приобщаются к спорту, ищут необычный отдых на природе. Во время пандемии, оказавшись частично изолированно от цивилизации и путешествий на далекие расстояния, выросла популярность передвижения в соседние города, посещение музеев, галерей и других предприятий досуга в своём или соседнем городе [6]. Этот своего рода «микротуризм» хорошо сочетается с возросшим спросом на экологичность, осознанное потребление. Путешественников всё чаще привлекают к участию в сохранении экосистем, посадке деревьев, уходу за животными, строительстве инфраструктуры для местного населения.

Так как одна из мощных тенденций гостеприимства – это воссоединение с природой, люксовые отели, расположенные в красивейших местах, привлекают к себе настоящих

ценителей красоты и роскоши. Постояльцы хотят почувствовать уединение с природой. Следовательно, отелям стоит уделить внимание индивидуальным услугам, которые дополнят уже сложившейся опыт процесса обслуживания гостей, например, гостиница Nihisumba [2] предоставляет гостям туры в местные деревни, организует наблюдение за птицами в глубоких джунглях, а также предлагает с гидом отправиться к скрытым озёрам, которые наполняют энергией при помощи купания в удивительных местах и вкуснейшим ужином, на открытом воздухе [4].

Концепция под названием «bleisure – английский неологизм, образованный от слов «business» и «leisure», которое предполагает совмещение работы и отпуска, где единственное условие – это наличие быстрого и стабильного интернета. Особенно близка эта идея тем, кто работает удалённо» [5]. Также данная концепция имеет другое название, схожее с первым по смыслу – воркшейн – происходящее от английских слов work и vacation.

Сегодня, предприятия индустрии гостеприимства стремятся соответствовать современным требованиям потребителя, предлагают различные формы обслуживания гостей, например:

В первую очередь – это условия для работы: наличие бесплатного WI-FI, парковки и СПА-услуги в вечернее время, чтобы отдохнуть от работы и расслабиться, а также возможность проводить деловые встречи в конференц-залах.

Следующее предложение – групповые брони, когда компаниям, пожертвовавшим своими офисами все же необходимо где-то собираться и проводить встречи, собрания и т.д .

И третье предложение – это возможность дневных тарифов. Бронирование осуществляется сотрудниками на дистанционке с 9 до 18 часов, т. е рабочее время. Эти специальные тарифы помогут привлечь в ваш отель гостей с ноутбуками для работы [4].

После режима самоизоляции многие люди выбирают для себя отдых на природе, поэтому набирающие сейчас популярность глэмпинги, уже становятся частью туристической



отрасли. Слово «глэмпинг» происходит от словосочетания «гламурный кэмпинг», когда можно отдохнуть на природе, но при комфортных условиях, а не в палатках, как в обычном кэмпинге. Данная тенденция даёт возможность расположиться там, где обычные коммуникации будет сложно проложить [5].

Так в 2019 году в России было всего 60 глэмпингов, в 2020 году стало в два раза больше, и эта тенденция только набирает обороты, так как в 2021 году многие туристы потеряли связь с западом и западным отдыхом, в свою очередь глэмпинги навеяны западом, которые не только удобны, но и выгодны для владельцев, так как их создание обойдётся от 35 тысяч до 200 00, что гораздо проще и удобнее, чем строить целый отель [4].

Ещё один тренд в гостеприимстве – это безопасность, которая обеспечивается на каждом этапе путешествия гостя. При отправке e-mail с подтверждением бронирования опишите предпринятые меры обеспечения безопасности, начиная протоколом и завершая рекомендациями, для гостя как защитить себя от вируса.

Информация о чистоте помещения, доводимая до гостя, предельно понятна и наглядна. Сокращение общения гостя с персоналом тоже важно: создание QR-кода меню ресторана или кафе, чат с сотрудниками отеля, при отсутствии приложения для чтения кода. Сегодня, можно с уверенностью считать, что забота о своём здоровье будет главным фактором и после завершения пандемии. Сейчас слово «чистый» в первую очередь означает, что в комнате нет никаких вирусов. Дезинфицирующие лампы, спреи, регуляция воздуха, ультрафиолетовый свет для дезинфекции поверхностей [3].

Можно, также отметить, что в процессе обслуживания необходимо соблюдать баланс между автоматизацией и живым общением с гостями, поскольку всегда есть ситуации, требующие нестандартного подхода. Между тем, распространяются и стали популярными так называемые сервисные роботы, которые участвуют в процессе обслуживания гостя, они способны совершать полезную работу. Следовательно, озабоченность «своим здоровьем», удобство, комфортный отдых

с быстрым обслуживанием остаются главными факторами определяющие современные тенденции в сфере гостеприимства.

На основании проведенного исследования, можно сделать следующие выводы:

В настоящее время, в связи с мировыми социально-экономическими изменениями, происходит необходимая оптимизация гостиничного бизнеса, формирование общих трендов на туристском рынке, внедрение технологических тенденций в сферу гостеприимства является необходимой мерой в современных условиях.

Соблюдение повышенных требований к безопасности гостя, сохранение его жизни и здоровья – является первоочередной задачей любого предприятия сферы туризма и гостеприимства.

Процесс обслуживания гостя, должен иметь персонализированный подход.

### ***Список литературы и источников***

1. Мачалкин С.Е., Морева С.Н. Трансформация мировой туриндустрии под влиянием Covid-19 // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. Т. 7, № 4, 2021, С.10-19. DOI: 10.18413/2408-9346-2021-7-4-0-2

2. Информационно-туристский портал Тамбовской области. – URL: <https://turtmb.ru/infrastruktura-turizma/gostiniczuyi-i-pansionaty/> (Дата обращения 08.09.2023)

3. Официальный сайт гостиницы NihiSumba. – URL: <https://nihi.com/> (дата обращения 10.09.2023)

4. Тренды гостиничного бизнеса в 2021 году. – URL: <https://www.frontdesk.ru/article/trendy-gostinichnogo-biznesa-v-2021> (Дата обращения: 07.05.2023)

5. Тренды туризма в 2021 году. – URL: <https://nb159.ru/rubric/international/trendy-industrii-gostepriimstva-v-2021-godu/> (Дата обращения 10.05.2023)

6. Booking.ru. – URL: <https://www.booking.com/index.ru> (дата обращения 07.05.2023)

## **Разработка механизма управления качеством предоставления услуг**

**Баранова Е.Д.,**

*студент, направления подготовки 43.03.01 – Сервис*

**Князева Н.П.,**

*студент, направления подготовки 43.03.01– Сервис*

*Тамбовский государственный университет*

*имени Г.Р. Державина», Тамбов*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент **Кондраков И.В.***

В современных условиях развития экономики наблюдается активное развитие рынка услуг. Причиной тому является высокая динамика потребностей, рост благосостояния общества, жесткая конкуренция.

Особенности процесса оказания услуг связаны со спецификой услуги, как объекта управления. Так, Ф. Котлер определяет понятие «услуга» следующим образом: «Услуга – любое мероприятие или выгода, которые, одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо» [1].

Иной взгляд на определение «услуга» предлагает Панкратьева Н.: «Услуги – экономическая деятельность, непосредственно удовлетворяющая личные потребности членов общества, домашних хозяйств, потребности разного рода предприятий, объединений, организаций и общественные потребности или потребности общества в целом, не воплощенные в материально-вещественной форме» [2].

Резюмируя предложенные определения термина «услуга», можно сделать вывод о том, что рассматриваемый выше термин универсале и должен однозначно отвечать всем вариантам жизненных ситуаций, независимо от цели, объема и зрелости информации или продукта, а также других обстоятельств.

Услуги можно разделить на те, которые предоставляются людьми (различные виды консультирования, обучение), и те, которые предоставляются автоматизированным

оборудованием (торговые автоматы, терминалы, банкоматы). Первые можно разделить на услуги, оказываемые высококвалифицированными специалистами (юридические фирмы, больницы), и услуги, не требующие специальных навыков (водители-курьеры, уборщицы). Широкое разнообразие предоставляемых услуг является реализацией процесса выявления и решения проблем, характерных для конкретных видов деятельности, с целью обеспечения высокого качества обслуживания и конкурентных преимуществ.

Несмотря на такое разнообразие классификации, существует и ряд общих для всех услуг характеристик, влияющих на динамику потребностей.

1. Услуги обладают неосвязаемостью, что означает невозможность их оценки до покупки, так как они не могут быть восприняты визуально, тактильно и т.д. Иными словами, услуги не могут быть представлены в наглядной форме.

2. Неотделимость услуги подразумевает ее неразрывность с ее источником, которым может быть человек или машина.

3. Изменчивость качества услуги означает возможность изменения ее качества в зависимости условий ее предоставления.

4. Скоропортящийся характер услуги не является проблемой, особенно если спрос на нее достаточно стабилен. Однако организации, предоставляющие услуги, часто сталкиваются с трудностями, когда спрос колеблется в разных направлениях (например, обслуживание пассажиров общественного транспорта в часы пик). Динамичное развитие сферы услуг и улучшение ее структуры возможны при достаточно высоком уровне развития общества и потребностей, и в целом связаны с таким понятием, как качество жизни, поскольку удовлетворение различных потребностей создает определенный стандарт качества жизни.

Эффективность операций компаний в сфере услуг в значительной степени зависит от их способности предоставлять продукты и услуги, которые удовлетворяют потребности конечных потребителей. В условиях рыночной конкуренции этот фактор, а также цена и ассортимент предлагаемых

продуктов и услуг, определяют способность компании достичь большего успеха на рынке.

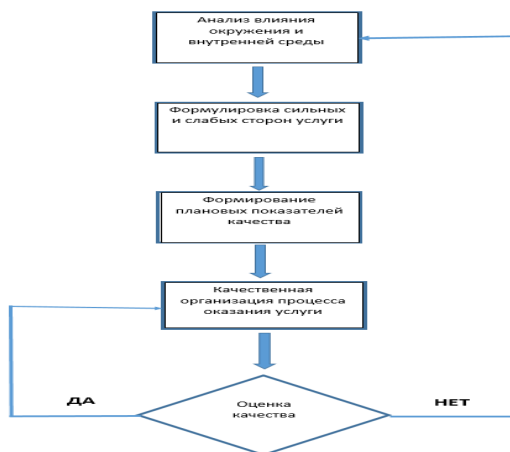
Таким образом, важным аспектом, который определяет конкурентоспособность и факторы роста компании, является ее способность предоставлять услуги и продукты, которые соответствуют ожиданиям и превосходят потребности потребителей.

Соответственно, задача нашего исследования состоит в том, чтобы предложить алгоритм обеспечения качества предоставления услуг и как результат обеспечения полного удовлетворения потребностей и повышение экономической устойчивости предприятий сферы сервиса.

Управление качеством – это управление деятельностью, задачами и процессами (входами) с целью производства продукции и услуг (выходов) на высоком и постоянном уровне. Выделяют 4 основных элемента управления качеством: планирование, обеспечение, контроль и улучшение качества. Всеобщее управление качеством (TQM) – это процесс, который включает в себя реализацию всех четырех элементов в организации.

Управление качеством (и TQM) обычно фокусируется не только на качестве выходов (продукции и услуг), но и на входах (работах и процессах, используемых для производства выходов). В идеале необходимо улучшать не только качество продукта (услуги), но и процесс, с помощью которого этот продукт (услуга) производится, чтобы планируемые результаты были достигнуты с наименьшими затратами.

Процесс управления качеством предоставления услуг реализуется с помощью соответствующего механизма. Этот механизм представляет собой систему элементов (объектов, методов, инструментов и принципов, которые взаимосвязаны между собой и предназначены для обеспечения эффективной реализации основных функций менеджмента качества, которые используются на разных организационных уровнях и на всех этапах жизненного цикла продукции. На рисунке 1 представлен алгоритм обеспечения качества предоставления услуг.



*Рис. 1. Алгоритм создания механизма качества предоставления услуг*

Особенностями данного механизма являются его возможность саморазвития и способность решать возникшие проблемы качества в режиме реального времени.

Данный алгоритм представляет собой:

На первом этапе, в результате анализа влияния окружения и внутренней среды компания создает фундаментальную базу факторов и условий, оказывающих влияние на качество услуг.

В итоге, на втором этапе это дает возможно сформулировать сильные и слабые стороны предприятия.

Затем разрабатывается система плановых показателей (ожидаемый уровень качества).

И на основе последовательного хода реализации основных и вспомогательных процессов осуществляется деятельность по оказанию услуг. При этом обеспечение качества услуг может быть достигнуто за счет:

1. Обучение персонала – это деятельность по организации систематического и непрерывного процесса приобретения сотрудниками новых компетенций и навыков, осуществляемая руководством компании или назначенными специалистами.

2. Мотивация персонала – это комплекс мероприятий, организующих материальное (экономическое) и нематериальное (психологическое или социальное) воздействие на сотрудников с целью повышения их производительности труда.

3. Бенчмаркинг – это деятельность по сравнению бизнес-технологий и организационных процессов компании с технологиями и процессами других компаний. Бенчмаркинг – это деятельность по сравнению бизнес-технологий и организационных процессов компании с технологиями и процессами других конкурентов (обычно лидеров отрасли), а также по адаптации и использованию их опыта в собственных производственных процессах.

4. Стандартизация – процесс нормативной деятельности, заключающийся в установлении норм на предприятии.

Стандартизация – это процесс нормотворческой деятельности на предприятии, заключающийся в создании нормативных документов (технических условий, должностных инструкций, стандартов) и набора показателей и параметров, которые должны соблюдаться в производстве для поддержания заданного уровня качества.

5. Сертификация – это деятельность, направленная на проверку соответствия требованиям, установленным органами стандартизации и другими нормативными документами» [5].

После чего оценивается качество услуг, на основе спроса потребителей, оценки рейтингов и так далее, а также соотносятся плановые показатели (объем продаж, качество обслуживания и самих услуг, рекламы, квалификации персонала) с фактическими (уровень удовлетворенности клиентов, время выполнения услуги, уровень повторных покупок или использования услуги, отзывы и рекомендации) [3].

– Если оценка качества показывает, что услуга соответствует плановым показателям и клиентские требования удовлетворены, переходите к этапу «качественная организация процесса оказания услуги».

– Если оценка качества показывает, что услуга не соответствует плановым показателям или клиентские требования

не удовлетворены, переходите к этапу «анализ влияния окружения и внутренней среды».

Важно понимать, что данный алгоритм является общим и может быть адаптирован под конкретные условия и требования каждой организации.

В соответствии с этим, можно сделать вывод о том, что качество предоставления услуг – это сложный процесс, зависящий от психологии потребителей, социально-экономического достатка, трендов. Это факторы внешнего окружения.

Таким образом, поставленная цель исследования достигнута, представлен алгоритм механизма управления качеством предоставления услуг.

### ***Список литературы и источников***

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер; пер. с англ.; общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990. – С. 638.

2. Панкратьева Н. Система статистических показателей сферы услуг как сектора экономики // Вопросы статистики. 1998. № 4. С. 17.

3. Черевичко Т.В. Управление качеством услуг и работ. Учебное пособие. – Саратов: СГУ имени Н.Г. Чернышевского, 2016. – 49 с.

4. Елохов А.М., Арбузова Т.А. Управление качеством. Часть II. Система менеджмента качества. Учебное пособие в 2-х частях. – 3-е изд., перераб. и доп. – Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет (ПГНИУ), 2020. — 188 с.

5. Механизм управления качеством: состав, функции и внедрение. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36322904> (Дата обращения: 23.09.2023)



## **Специфика сервисной деятельности в регионе на примере анализа гостиничного предприятия «Ажур»**

**Поляков С.В.,**

*студент направления подготовки 43.03.01 – Сервис*

*Тамбовский государственный университет*

*имени Г.Р. Державина», Тамбов*

*Научный руководитель: д.э.н., профессор И.А. Кузнецов*

Туризм – одна из самых прибыльных сфер в экономике не только каждого региона по отдельности, но в целом страны. По оценкам BusinesStat [1], в 2022 г в России услугами гостиниц воспользовались 62,4 млн. чел, что на 63% превысило значение 2020 г (38,3 млн. чел). Из чего можно сделать вывод, что гостиничный бизнес сегодня – важный экономический пласт для страны и регионов. Следовательно, подробный обзор и анализ данного бизнеса, а именно конкретных гостиничных структур, являются актуальными в вопросах изучения организации деятельности сервисных предприятий в целом.

В нашей работе представлены результаты исследования региональной сервисной деятельности. Объектом исследования выступило гостиничное предприятие «Ажур», находящееся в городе Тамбове. Данное предприятие начало функционировать не так давно, с августа 2022 года. Для владельца данной гостиницы это уже не первое сервисное предприятие, однако, в индустрии гостеприимства он находится недавно. Именно поэтому сам отель не такой уж и большой, всего 12 номеров. Все номера с новым и качественным ремонтом, сделанном в одном спокойном стиле, оборудованы всеми необходимыми технологиями и средствами коммуникации, а также индивидуальными гигиеническими принадлежностями.

Рассмотрим структуру работы этой гостиницы. Во главе предприятия находится руководитель, который стоит над всеми подразделениями (службами). В гостинице «Ажур» можно выделить следующие службы:

1. служба обслуживания;
2. техническая служба;
3. служба организации продаж;
4. отдел снабжения;
5. отдел бухгалтерского учета.

Руководитель службы обслуживания несет ответственность не только за чистоту номеров и всего отеля, но и качеством предоставления дополнительных услуг, оказываемых в гостинице. Он имеет несколько 25 помощников в лице старших горничных, которые заведуют уборкой и чистотой номеров, а также холлов, коридоров, технических помещений. Персонал выполняет эту работу при помощи мощной современной техники, которая позволяет им делать свою работу быстрее и качественнее. Также под контролем руководителя службы обслуживания относится другой весь персонал, предоставляющий различные услуги. Сюда относятся массажисты, хостес, повара и официанты.

Техническая служба занимается обслуживанием сложных инженерных систем и оборудования (водоснабжение, электроснабжение, отопление, бассейн, сауна, системы кондиционирования, телевидение, Интернет, газовое оборудование кухни). Данная служба устраняет все неполадки данных систем, следят за их правильной эксплуатацией, а также проводят текущий и капитальный ремонт.

Служба организации продаж планирует и организует мероприятия по продвижению услуг. Менеджеры этой службы ведут сайт и социальные сети гостиницы.

Функция отдела снабжения – закупка необходимых товаров хорошего качества по разумной цене в нужное время. К таким товарам относятся мебель, различное оборудование, посуда, белье, а также расходные материалы, которые служат в основном для уборки номеров и отеля. Менеджер этого отдела узнает необходимые характеристики товара и ищет лучшее предложение на различных платформах и у разных поставщиков, а уже после совершает заказ.

Отдел бухгалтерского учета в данной гостинице представлен как профессиональное звено: все отчеты вовремя пу-

бликуются на сайте. Можно посмотреть всю документацию по доходам и расходам за определенный период. Также в ходе исследования не было обнаружено никаких проблем с налоговой и прокуратурой.

По данному анализу гостиничного предприятия понятно, что «Ажур» – линейная организационная структура управления, с прямым распределением приказов от руководителей подчиненным. Основными структурными подразделениями являются служба обслуживания, техническая служба, служба организации продаж, отдел снабжения и отдел бухгалтерского учета.

Гостиница является новым предприятием, однако имеет хорошие отзывы постояльцев и достаточно высокое качество обслуживания. Данный отель может претендовать на 2 или 3 звезд, что для региона является редким результатом.

Но также в ходе исследования были выявлены недостатки, которые сильно влияют на конкурентоспособность и имидж предприятия. На наш взгляд, гостинице «Ажур» необходимо пересмотреть деятельность своей службы продаж. В первую очередь, можно провести ребрендинг сайта гостиницы [2]: сделать его в современном стиле, например, в стиле минимализма. Идеальный пример продающего и современного дизайна сайта можно наблюдать у Тамбовского парк-отеля «Плес» [3]. Также отделу продаж гостиницы «Ажур» необходимо использовать интерактивные методы общения с аудиторией: более активное взаимодействие через социальные сети. Если не будет интерактивности, это приведет к потере потенциальных клиентов. А на сегодняшний день социальные сети являются основными площадками для рекламы, для возможности разнообразного интерактива.

Таким образом, данный анализ смог выявить основные преимущества и недостатки предприятия, были представлены рекомендации по улучшению деятельности. Соблюдая данные рекомендации, увеличится охват потенциальных клиентов, тем самым гостиница «Ажур» увеличит свою прибыль, имидж и долю на рынке гостиничных услуг в городе Тамбове.

### **Список литературы и источников**

1. Бизнес-стат // Анализ рынка гостиничных услуг в России в 2018-2022 гг. [Электронный ресурс]. URL: <https://businessstat.ru/catalog/id1871/> (Дата обращения: 27.10.2023).
2. Отель «Ажур» [Электронный ресурс]. – URL: <https://azhur-tmb.ru/> (Дата обращения: 27.10.2023)
3. Отель «Плес» [Электронный ресурс]. – URL: <https://plestambov.ru/> (Дата обращения: 27.10.2023)

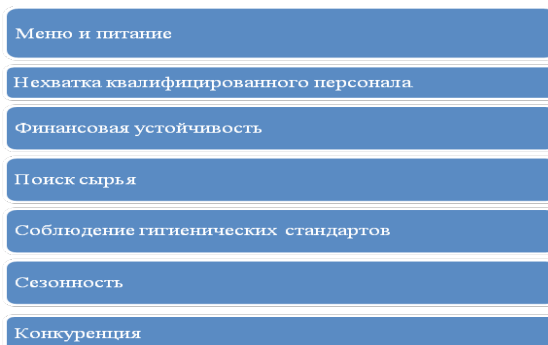
## **Проблемы организации питания на предприятиях средств размещения в г. Тамбове**

**Белозерова А.М.**

*студент, направления подготовки 43.03.01 – Сервис  
«Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина», Тамбов  
Научный руководитель: к.п.н., доцент Морева С.Н.*

Одним из главных элементов социальной сферы является индустрия гостеприимства, в которой значительную роль играют услуги питания.

Организация питания в учреждениях размещения имеет общие проблемы, которые представлены на рисунке 1.



*Рис. 1 Проблемы организации питания на предприятиях размещения*

Для успешной организации питания на предприятиях средств размещения в г. Тамбов, необходимо провести подробный анализ рынка, разработать бизнес-стратегию и обеспечить высокое качество обслуживания клиентов.

Нами проведена классификация средств размещения регионального рынка, которая представлена на рисунке 2.

Гостиницы	•от малых до средних размеров
Апартаменты и квартиры	•аренда на короткий и длительный срок через онлайн-платформы
Хостелы	•общие спальни и комнаты
Санатории и пансионаты	•предлагают отдых и лечение

*Рис 2. Классификация средства размещения регионального рынка*

Управляющий пищевого комплекса руководит и контролирует качество следующих вид работ:

- работу кухни;
- обслуживание в ресторане;
- обслуживание в номерах;
- банкетную деятельность;
- работу мойщиков посуды;
- обслуживание гостей в барах
- снабжение мини-баров;

Стандарт – нормативный документ, в котором в целях добровольного использования устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг.

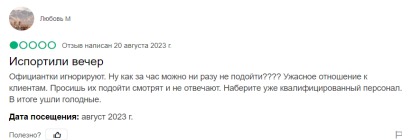
Основные требования, предъявляемые к организациям питания, как рестораны, установлены в Постановлении Правительства Российской Федерации от 15 августа 1997 года №1036 «Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания»[3].

В соответствии с классификацией предприятий общественного питания, установленной ГОСТом Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий». К такой организации общественного питания, как ресторан при гостинице, будут предъявляться санитарные нормы и правила, установленные СанПиН 2.3.2. 1078-01 «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов», а также СанПиН 2.3.6.1079-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья», утвержденные Постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 8 ноября 2001 года №31 «О введении в действие санитарных правил»[4].

Следовательно, требования предъявляются не только к продукции, которую изготовила организация питания, но и работникам, которые должны строго соблюдать санитарные правила. Требования к работникам прописаны в статье 213 Трудового кодекса РФ.

Нами проведен анализ региональных ресторанов по данным сайта Tripadvisor на сентябрь 2023 г. и составлен рейтинг на основании отзывов посетителей, который показал, что «Гренок», «ХочуПури», «Marfa» занимают первые места[1].

Нами проведен анализ отзывов, который позволил выявить, что в основном посетители недовольны процессом обслуживания, на рисунке 3 и рисунке 4 приведены примеры, которые отражают основное недочеты в процессе обслуживания.



*Рис. 3. Отзыв в ресторане «Дача»*



*Рис. 4. Отзыв в кафе «Буфет»*

Следовательно, можно отметить, что необходимо работать над процессом обслуживания гостей, повышать культуру обслуживания, компетенции официантов.

По анализу отзывов за 2022-2023 годы, качеством блюд, в основном посетители довольны и выражают часто благодарность. Негативные отзывы, в основном направлены на процесс обслуживания.

Для улучшения обслуживания данных организаций, рекомендуется внимательно изучить отзывы, выявить проблемы и принять меры для их решения, которые должны включать обязательно процесс обучение персонала, оптимизацию процессов обслуживания, повышение профессиональной компетенции, проведение мастер-классов и т. д.

Следует отметить, что на предприятиях средств размещения необходимо уделять огромное внимание сервису завтраков.



*Рис. 3. Список поставщиков Тамбовской области*

При организации сервиса предприятий используются 3 вида питания на предприятия проживания: полный пансион, полупансион, только завтрак. Например, региональные предприятия проживания, оказывают следующие виды питания:

1. *Гостиница «Театральная»*, данное предприятие работает по системе «только завтрак» – одноразовое питание. Камерный зал с панорамными окнами, завтраки с 7:00 и авторские сочетания [5].

2. *Гостиница «PLANETA SPA»*, данная организация работает по системе «только завтрак» – одноразовое питание. Для гостей предоставляется шведский стол [6].

3. *Гостиница «Галерея»*, данное предприятие работает по системе «только завтрак» – одноразовое питание. Постояльцы гостиницы могут позавтракать в кафе «VERANDA» [7].

Основные поставщики продукции являются региональные предприятия, представлены на рисунке 5.

Таким образом, на основании проведенного исследования можно прийти к выводу, что организация питания играет большую роль на предприятиях средств размещения, региональные предприятия работают по системе «только завтрак», основной проблемой, которых является процесс обслуживания гостей.

### ***Список источников и литературы***

1. Морева С.Н., Кузнецов И.А., Гуляевой М.А. Совершенствование качества сервиса региональных предприятий общественного питания //Саяпинские чтения. Материалы VI Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Отв. редакторы А.А. Бурмистрова, А.В. Саяпин, Н.К. Родионова. Издательство: Издательский дом «Державинский». Тамбов, 2023. – С.342-348. <https://elibrary.ru/item.asp?id=50345763>

2. Государственный стандарт РФ: ГОСТ Р 50764-95 «Услуги общественного питания. Общие требования». Утвержден Постановлением Госстандарта РФ от 05.04.1995 № 200. Введен в действие 01.07.1995. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200021993> (Дата обращения: 23.09.2023)

3. Постановление Правительства РФ от 15.08.1997 N 1036 (ред. от 04.10.2012) «Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания». – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_15559/5e8938421a055563b3d944b848589aca9432aab0/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_15559/5e8938421a055563b3d944b848589aca9432aab0/) (Дата обращения: 23.09.2023)

4. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 14 ноября 2001 г. N 36 «О введении в действие санитарных правил» (с изменениями и дополнениями). – URL: <https://base.garant.ru/4178234/> (Дата обращения: 23.09.2023)

5. Театральная Гостиница. – URL: <https://teatralnaya.com/about> (Дата обращения: 23.09.2023).



6. Гостиница Планета SPA. – URL: <https://planetaspa68.ru/offers/> (Дата обращения: 20.09.2023).

7. Гостиница Галерея. – URL: <https://galleria-tambov.ru/> (Дата обращения: 21.09.2023).

## **Организация снабжения предприятий общественного питания сырьём в Тамбовской области**

***Павлова А.А.,***

*студент, направления подготовки 43.03.01– Сервис  
Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина», Тамбов*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент **Мачалкин С. Е.***

Проблема организации снабжения предприятий общественного питания сырьём очень остро стоит в любой области, и Тамбовская не является исключением. Как производители, так и потребители заинтересованы в качественном снабжении и поставке сырья и продуктов.

Питание – очень важная и неотъемлемая часть жизни любого человека [1]. Каждый из нас индивидуален в выборе пищи, но каждому хочется, чтобы было качественно, вкусно и, желательнее, полезно, ведь от рациона питания напрямую зависит состояние здоровья, уровень работоспособности, настроение, качество сна и многое другое.

Существует замечательная фраза, принадлежащая французскому физиологу Бормат-Саварену, которая звучит следующим образом: «Животное насыщается, человек ест, умный человек умеет питаться» [3]. В данном случае автор высказывания имел в виду именно культуру питания, а не просто утоление голода. В настоящее время культура питания развивается и набирает обороты как в бытовой и повседневной жизни каждого человека в пределах его личной домашней обстановки, так и на предприятиях общественного питания. Сфера

общественного питания является одной из важнейших. Следуя определению, – это область деятельности предприятий, оказывающих услуги общественного питания населению.

Услуга общественного питания – это деятельность исполнителя (предприятий общественного питания юридических лиц и индивидуальных предпринимателей) по удовлетворению потребностей потребителя в продукции общественного питания, в создании условий для реализации и потребления продукции общественного питания и покупных товаров, в проведении досуга и в других дополнительных услугах (ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования») [4].

Исполнителями являются предприятия различных организационно-правовых форм, которые конкретно специализируются на оказании услуг в сфере общественного питания.

Одной из социально-экономических задач государства является создание комфортных, правильных и необходимых условий, которые будут способствовать удовлетворению потребностей людей в качественном полноценном питании в местах работы, учебы, отдыха [2].

Существует три вида снабжения предприятий общественного питания [4]:

- продовольственное,
- материально-техническое,
- топливно-энергетическое.

Основным видом является продовольственное снабжение, источники которого: сельское хозяйство, местная промышленность, оптовые склады и базы, зарубежные фирмы и компании.

Источники материально-технического: индивидуальное производство, мелкооптовые магазины, зарубежные фирмы и компании.

Источники топливно-энергетического: тепловые и электрические сети, городские водоканалы, системы служб газоснабжения.

Также существуют формы снабжения: по месту организации различают централизованное и децентрализованное, по форме – складские и транзитные поставки.

Важнейшим составляющим являются источники снабжения. В качестве сырья предприятия используют как пищевую промышленность, так и сельскохозяйственную. Например, это может быть как молоко, яйца, так и макароны, крупы, различные виды муки.

В процентном соотношении около 90% – 95% обеспечения происходит благодаря государственным ресурсам, а остальная доля уже приходится на местные ресурсы [3].

Нужно также понимать, кто такие поставщики, для этого стоит обратиться к определению.

Поставщики – это деловые партнеры, обеспечивающие предприятие которые материальными ресурсами, необходимы для производства товаров, на выпуске которых и специализируется предприятие.

В качестве поставщиков, которые как раз и занимаются снабжением, обычно выступают колхозы, совхозы, многочисленные оптовые базы и т.д.

Для сотрудничества с поставщиками заключается хозяйственный договор, в который входят: условия продажи, качества, поставок, доставок и остальных важнейших составляющих.

В г.Тамбове и Тамбовской области очень тщательно и грамотно выбирают поставщиков для предприятий общественного питания. Каждый хочет закупать для своего заведения максимально качественные и приемлемые по ценовой категории продукты и сырье.

Обратим внимание на основных и наиболее популярных поставщиков:

Рассказовский сельхозхозяйственный комплекс занимается поставкой мясных продуктов и изделий [5].

Ферма Суворинова Николая Тимофеевича является производителем индеек и также мясных изделий [6].

Бондарский сыродельный завод специализируется на производстве и поставке твёрдых сыров [7].

Кирсановский сахарный завод, имеющий огромное количество наград и производящий сахар-песок [8].

Хлебная база № 53 выступает производителем овса, пшена, риса [9].

Тамбов Рыба. Данная компания занимается переработкой рыбы и морепродуктами [10].

Мичуринская Мукомольная Компания производит муку различных сортов [11].

Данные предприятия выступают в роли надёжных и постоянных поставщиков, предоставляющих качественную продукцию, на которой специализируются. Следовательно, поставка и снабжение предприятий общественного питания качественной продукцией, сырьем является очень важным пунктом, от которого и зависит качество блюд и качество питания. В этом и заключается актуальность данной проблемы, ведь очень сложно найти хороших поставщиков, которые будут гарантировать качество своей продукции и сотрудничать на выгодных условиях.

Таким образом, решение данной проблемы заключается в том, что для качественного функционирования и работы предприятий общественного питания, стоит искать и выбирать для них только надёжных и проверенных поставщиков, которые будут снабжать заведение лишь качественной продукцией, следует отметить, что данная проблема должна обсуждаться и своевременно решаться.

### ***Список источников и литературы***

1. Ефимова О.П. Экономика общественного питания: учебное пособие / О.П. Ефимова; под ред. Н.И. Кабушкина. – 5-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2006. – С. 258 – 348 с.

2. Зайцев Н.Л. Экономика предприятия : учебное пособие / Н.Л. Зайцев. – 2-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М. – С. 163. – 367 с. – (Высшее образование) 2008. – Текст : непосредственный.

3. Организация рационального питания туристов: [сайт]. – 2014. – URL: // <https://helpiks.org/4-91917.html?ysclid=lo01bgvvg1978411099> (Дата обращения: 16.10.2023).

4. ГОСТ 31984-2012. Услуги общественного питания. Общие требования. – Введ. 2015–01–01. – Москва : Стандартинформ, 2014. – С.7. – Текст : непосредственный.

5. Рассказовский сельскохозяйственный комплекс : официальный сайт. – URL: // <https://raskagro.ru/> (дата обращения 18.10.2023). – текст : электронный.

6. Ферма Суворинова Николая Тимофеевича: официальный сайт. – URL: // <http://indeika-tambov.ru/o-nas/> (дата обращения 19.10.2023). – Текст : электронный.

7. Бондарский сыродельный завод: официальный сайт. – 2010. – URL: // <https://bon-dari.ru/?ysclid=lo029dxux4560226099> (Дата обращения 19.10.2023).

8. Кирсановский сахарный завод: официальный сайт. – URL: // <http://www.asbgrupp.ru/node/2> (Дата обращения 23.10.2023).

9. Хлебная база № 53: официальный сайт. - URL: // <http://hlebbaza.narod.ru/> (Дата обращения: 22.10.2023).

10. Тамбов Рыба : официальный сайт. – URL: <http://xn-80aasae2dprpm0h.xn--p1ai/> (Дата обращения: 23.10.2023).

11. Мичуринская Мукомольная Компания: официальный сайт. – URL: <https://gkmmk.ru/> (Дата обращения: 23.10.2023).

## **Зарубежный опыт ведения жилищно-коммунального хозяйства**

***Баранова Е.Д.,***

*студент, направления подготовки 43.03.01 – Сервис*

***Князева Н.П.***

*студент, направления подготовки 43.03.01– Сервис*

*Тамбовский государственный университет*

*имени Г.Р. Державина», Тамбов*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент А.В. Беляев*

Жилищно-коммунальное хозяйство является неотъемлемой частью жизни современного общества. В развитых странах особое внимание уделяется сфере сервиса, а именно сфере ЖКХ, так как это одна из ключевых отраслей экономики, которая создает удобства проживания и нахождения людей

в зданиях и сооружениях путем предоставления широкого спектра услуг. Обеспечение населения жильем является одним из основных показателей социального благополучия граждан в стране, так как жилище выполняет особо важную социальную роль, а именно обеспечивает безопасность людей, создает условия для формирования и развития семей, укрепления здоровья и общего культурного уровня населения.

Во многих зарубежных странах собственники объединяются с целью создания некоммерческих потребительских организаций, которые позволяют им получать качественные услуги по жилищному и коммунальному обслуживанию, а также управлять комплексом недвижимости, осуществлять его эксплуатацию, владение, распоряжение и пользование. Объединение собственников жилья представляет собой общее понятие для подобных жилищных кооперативов, таких как территориальные сообщества жителей (Planning Unit Developments – PUD), кондоминиумы (Condominium Association) и жилищные кооперативы (Housing Cooperatives) в США и Канаде, а также товарищества собственников жилья (ТСЖ) и жилищно-строительные кооперативы (ЖСК) в России [2].

Территориальные сообщества жителей, или PUD, это сообщества односемейных домов, а в некоторых случаях кондоминиумов или таунхаусов, где каждый домовладелец является членом ассоциации домовладельцев. Жильцы обязаны платить взносы в сообщество до тех пор, пока они владеют своей собственностью, и на них распространяются ограничения по использованию или изменению своей собственности. Однако, соседи также ограничены этими правилами, которые помогают поддерживать сообщество в хорошем состоянии и поддерживать стоимость недвижимости [4].

Кондоминиум – это тип жилья, который обычно представляет собой тип жилого комплекса, в котором собственник владеет землей и частью частной собственности, на которой он расположен. Они также владеют долей в таких удобствах, как бассейны и клубные дома. Все здания кондоминиума объединяют ассоциации, которые определяют политику проекта кондоми-

ниума, распределяют расходы на техническое обслуживание и собирают ежемесячные, ежеквартальные или ежегодные взносы ассоциации, которые каждый владелец платит за строительство, страховку и коммунальное обслуживание. Все владельцы кондоминиумов являются членами ассоциации [6].

Жилищный кооператив или «кооператив» – это разновидность жилого фонда, который фактически является корпорацией, в рамках которой владельцы не владеют своими квартирами напрямую. Вместо этого каждый житель является акционером корпорации, отчасти исходя из относительного размера квартиры, в которой он проживает.

Товарищество собственников жилья – некоммерческая организация, созданная на основе объединения собственников помещений многоквартирного дома или собственников соседних участков с жилыми строениями для совместного управления теми помещениями этого дома и землями.

ЖСК – форма объединения некоммерческих юридических или физических лиц, целью которых является строительство жилья и управление им. Это организация, целью которой не может быть извлечение прибыли, а только строительство дома [1].

В отличие от сложившейся международной практики, создание ТСЖ не является обязательным, поскольку в России приняты иные механизмы управления общей собственностью в кондоминиумах, и жильцы не всегда пользуются этой возможностью. Это может быть связано с тем, что в МКД обусловлена неоднородность социально-экономического состава жильцов, а также присутствует низкий уровень соседского общения, доверия и взаимодействия. Однако другой проблемой может быть отсутствие в России кадров по управлению ТСЖ. Потребность в таких знаниях и навыках за рубежом зависит от рыночных условий. Собственники не доверяют свою собственность неквалифицированным специалистам, поэтому потребность в них есть всегда.

Помимо самоуправления существует несколько схем управления ЖКХ, в зависимости от участия государства в процессе управления:

1. Государственное управление ЖКХ. Суть данной схемы заключается в том, что государство берет на себя бремя оплаты услуг ЖКХ. Граждане некоторых стран не оплачивают жилищно-коммунальные услуги в связи с тем, что государство имеет природные ископаемые в достаточном количестве. В их числе ОАЭ, Ливия, Кувейт и прочие.

2. Частные ЖК-компании. Во многих западных странах в сфере ЖКХ работают частные компании, которые самостоятельно устанавливают тарифы. Именно такие организации несут ответственность по оказанию услуг перед жильцами. Благодаря здоровой конкуренции обслуживание остается на должном уровне при доступной цене. Такая схема используется в США.

3. Гибридная схема. В данном случае бизнес объединен с частными компаниями. Государство устанавливает тарифы на жилищные и коммунальные услуги, а частные организации отвечают за обслуживание и управление. В числе стран с таким способом управления Великобритания, Франция, Бельгия и прочие страны.

Стоимость жилищно-коммунальных услуг различается в зависимости от страны, а в некоторых случаях в зависимости от города. Поэтому стоимость потребления электроэнергии, воды и газа в той или иной стране не может быть точно определена, так как уровень благосостояния граждан различен. Однако, можно определить примерную долю дохода, которая тратится на оплату ЖКУ[3] (см. таблица 1).

*Таблица 1.*

**Доля дохода, которая тратится на оплату жилищно-коммунальных услуг**

<i>Страна</i>	<i>Средняя зарплата (руб)</i>	<i>Средняя стоимость ключевых ком. платежей в мес. за площадь 85м<sup>2</sup> (руб.)</i>	<i>% платежей за ком. услуги от средней зарплаты</i>
Россия	57244	8012,39	14%
Польша	77908	10648	13,7%
Чехия	91422	10648	11,7%



Болгария	50531	6337	12,5%
Эстония	94324	14305	15,2%
Великобритания	181081	11962	6,6%
Норвегия	304557	11419	3,8%
Финляндия	218623	6698	3,1%
Ирландия	225788	10024	4,4%
Испания	118845	7217	6,1%
Венгрия	73351	7448	10,2%
США	411892	36000	8,7%
Китай	96000	6750	7%

Данные для таблицы были взяты с аналитического сайта numbeo.com. (данные по итогам 2022 г.) [5]. По результатам таблицы мы можем сделать вывод, что наименьшую долю своего дохода за жилищно-коммунальные услуги платят граждане Финляндии, а именно 3,1% от дохода. Наибольшую часть дохода за жилищно-коммунальные услуги отдают в Эстонии (15,2%), а также в России (14%). Стоит понимать, что значения в различных регионах в рамках одной страны также будут отличаться.

В случаях, когда государство активно вмешивается в рынок жилья, то, как правило, применяется система поддержки малообеспеченных, инвалидов и прочих категорий граждан, которая наблюдается в различных видах субсидирования. Например, во Франции субсидии выделяются на руки, а квартиросъемщики сами определяют, как их потратить. В Финляндии граждане полностью оплачивают жилищно-коммунальные услуги, однако в конце года гражданину, который стоит на социальном учете, делают перерасчет и возвращают 20% выплаченных сумм. В России граждане оплачивают квартплату, а государство компенсирует часть расходов. Процент компенсации может варьироваться.

Стоит отметить, что методы и способы ведения жилищно-коммунального хозяйства во многих странах мира различаются по мере экономического благополучия страны.

На сегодняшний день жилищная сфера России развивается по собственному пути, который не позволяет полностью копировать зарубежный опыт, однако он может быть взят за основу, но при этом трансформироваться с учетом специфики жилищного хозяйства в России.

### ***Список литературы и источников***

1. Кооперативы по-новому: что такое ЖК с господдержкой [Электронный ресурс]. – URL: <https://realty.rbc.ru/news/584e81fe9a794769c22680e4> (дата обращения: 19.09.2023)
2. Иваненко Л.В. Зарубежный опыт эффективного управления многоквартирными домами // Вестник УГУЭС. – 2014. – № 1 (7). – С. 146-150.
3. Сравнение ЖКХ в России и странах Европы в 2022 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://ultramodern-home.ru/2022/07/sravnenie-zhkh-v-rossii-i-stranax-evropy-v-2022-godu/> (дата обращения: 19.09.2023)
4. Housing Cooperatives: A Unique Type of Home Ownership [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.investopedia.com/articles/pf/08/housingco-op.asp> (дата обращения: 19.09.2023)
5. Prices by Country of Basic [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.numbeo.com/cost-of-> (дата обращения: 19.09.2023)
6. What Is A Planned Unit Development (PUD)? [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.forbes.com/advisor/mortgages/what-is-a-planned-unit-development/> (дата обращения: 19.09.2023)

## **Озеленение городской территории как один из факторов туристской привлекательности г. Тамбова**

***Пестерева А.А.,***

*студент направления подготовки 43.03.01 – Сервис  
«Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина», Тамбов*

*Научный руководитель: д.э.н., профессор Кузнецов И.А.*

Поддержание экологически чистой окружающей среды является одной из важнейших проблем человечества в современном мире. В условиях существования постоянных негативных факторов воздействия на природу – роста чиста бытовых и промышленных отходов, повышения интенсивности промышленного производства и соответственно выбросов отходов в окружающее пространство, роста экологической неграмотности людей – актуальность экологического вопроса лишь растёт.

В городской среде зеленые насаждения и озеленение могут выступать не только как фактор повышения качества состава воздуха (за счёт поглощения вредных веществ, углекислого газа, задержки пыли [1, 3]) и снижения температуры в тёплое время года, снижения уровня шума, но и как фактор дизайнерского оформления инфраструктуры города, развитие его эстетической привлекательности и как итог – туристской привлекательности.

Тамбов является крайне перспективным городом для развития туристского сектора за счёт его уникальных архитектурных памятников, истории города, стиля оформления, особых культурных традиций. Эстетически верное оформление зеленых городских насаждений может выступать в этом случае дополнительным фактором для формирования комфортной и привлекательной туристской среды.

В настоящее время Тамбов имеет устойчивую базу озеленения и опыт оформления городского пространства зелёными насаждениями.

Общая площадь зеленых насаждений в пределах города Тамбова составила в 2022 году 676 га, из них насаждения общего пользования (парки, скверы, бульвары) – 240 га, лесопарки – 100,01 га, городские леса – 196 га. При удельном весе площади земельных насаждений в общей площади земель в пределах городской черты в 6,5% площадь зеленых насаждений в расчете на одного жителя составила 23,4 м<sup>2</sup>. Площадь территорий, на которых производятся озеленительные работы, составляет 676 гектара, в том числе:

- 245 гектаров газонов;
- 3,1 гектара цветников;
- 225 тысяч квадратных метров садово-парковых дорожек;
- 196 гектаров городских лесов.

На территориях города в весенне-летний период 2022 года высажено 2,5 млн. штук цветочной рассады однолетних и многолетних цветов, выращенных в тепличном комплексе учреждения, 39,5 тыс. саженцев ампельных культур для вертикального озеленения. Каждая клумба оформлена по оригинальным эскизам отдела дизайна. Весной и осенью в городе было высажено 5027 деревьев и кустарников [2].

Тамбов неоднократно занимал места в общероссийских рейтингах по экологическим факторам. К примеру, с 2011 года область является абсолютным лидером среди регионов России рейтинга экологического развития Всероссийской общественной организации «Зелёный патруль». Регион также в десятку регионов-лидеров реформы обращения с отходами по версии Публично-правовой компании «Российский экологический оператор» [2].

Приведенные выше данные позволяют сделать вывод о том, что в г. Тамбове озеленение и зелёные насаждения в городском пространстве уже длительное время являются привычным и приоритетным способом оформления инфраструктуры, что повышает степень экологической привлекательности города.

Развитие экотуризма также является одним из приоритетных направлений развития туристского сектора г. Тамбова и Тамбовской области. В настоящий момент популярными и уже существующими продуктами экотуризма Тамбова

являются водный байдарочный маршрут по реке Ворона, экотропа в Воронинском заповеднике, тур выходного дня «Наследие И.В. Мичурина» и др. [2].

Таким образом, в г. Тамбове значительная доля эстетического оформления городского пространства приходится на озеленение и зелёные насаждения, повышение степени экологичности городской инфраструктуры.

Тамбов обладает значительным потенциалом для развития туристского сектора и особенно экотуризма, сельского туризма, агротуризма за счёт его природных, архитектурных, исторических и культурных особенностей. Озеленение городских территорий в данной ситуации может выступать как дополнительный экологический (очищение воздуха, снижение уровня запыленности улиц и уровня шума и др.), так и эстетический фактор повышения привлекательности туристской среды города. Наполнение городской инфраструктуры и улиц зелеными насаждениями способствует значительному улучшению комфортности проживания жителей города, а также повышает уровень впечатлений туристов. Уникальные природные объекты г. Тамбова и Тамбовской области позволяют создать почву для развития новых туристических продуктов, что, в свою очередь, благоприятно скажется на общем развитии региона и привлечет новых туристов.

### ***Список литературы и источников***

1. Ахметьянова Ю.М., Камалетдинова Л.М., Байтурина Р.Р. Роль зеленых насаждений в улучшении экологических условий в городской среде // Актуальные исследования. 2023. № 9 (139). Ч. I. С. 80-83. URL: <https://apni.ru/article/5732-rol-zelenikh-nasazhdenij-v-uluchshenii-ekolog> (дата обращения: 13.11.2023)

2. Доклад о состоянии и охране окружающей среды Тамбовской области в 2022 году. – Тамбов, 2023.

3. Хакимова, А. Р. Значение зелёных насаждений в городской среде / А. Р. Хакимова, А. С. Веденский. – Текст : непосредственный // Юный ученый. – 2019. – № 8 (28). – С. 138-140. – URL: <https://moluch.ru/young/archive/28/1654/> (дата обращения: 13.11.2023).

## **Пути совершенствования обслуживания потребителей в системе жилищных услуг**

***Носова Е.С.,***

*студент направления подготовки 43.03.01 – Сервис  
«Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина», Тамбов*

*Научный руководитель: д.э.н., профессор И.А. Кузнецов*

На сегодняшний день состояние жилищно-коммунального хозяйства можно описать как кризисное. Правительство Российской Федерации разрабатывает разнообразные меры преодоления данных проблем, но ни одна из этих мер не способна вывести отрасль из кризисной ситуации. В связи с сегодняшним состоянием, сфере ЖКХ требуется целый комплекс мер, которые будут направлены на оздоровление и восстановление отрасли. При этом стоит отметить, что данная сфера обладает большим потенциалом, направленным на увеличение эффективности предоставления услуг, но, к сожалению, использование этого потенциала возможно лишь при инвестировании и использовании эффективных технологий [1].

Регулирование деятельности УО осуществляется Жилищным кодексом РФ и нормативными актами, которые направлены на обеспечение безопасности жильцов, поддержание уровня государственной собственности в МКД, также предоставление информации об оказываемых коммунальных услугах.

Статья 162 ЖК РФ, в которой прописаны договорные рамки управления МКД, не охватывает в полной мере вопросы ответственности УК из-за низкого уровня выполнения своих обязательств. Это происходит из-за ряда проблем, что способствует увеличению количества нарушений прав жильцов. Потенциальной возможностью жилищного сектора является возможность причинения вреда собственникам в МКД, именно поэтому только те организации, которые полностью соответствуют требованиям законодательства, имеющие лицензию, должны иметь право предоставлять услуги.

Для совершенствования системы правового регулирования действий УО, следует использовать систему мероприятий, направленных на обеспечение правопорядка в системе ЖКХ, осуществление политики совершенствования регулирования должно взаимодействовать с отношениями в экономической сфере, социальной политикой, а также при учете особенностей оказываемого воздействия.

Правовое регулирование деятельности УО основывается на разнообразных аспектах, к ним можно отнести как особенности лицензирования, так и общее регулирование в сфере жилищного строительства в целом [3].

На сегодняшний день можно выделить ряд проблем в сфере правового регулирования деятельности УО.

К проблемам управляющей организации можно отнести:

- отсутствует понятия «управление МКД управляющей организацией»;
- отсутствует понимания о системе средств правового контроля.

Выявлены ключевые факторы, которые направлены на решение проблем в процессе формирования наилучшей системы управления рынком коммунальных услуг. К более важным задачам реформирования рынка коммунальных услуг относят:

- определение системы функционирования коммунальных услуг;
- финансовое снабжение отрасли;
- совершенствование тарифной политики;
- социальная защита граждан при оплате коммунальных услуг;
- ресурсосбережение.

Исходя из этого, основной целью модернизации коммунального обслуживания является повышение качества оказываемых услуг, это происходит на основе энергоэффективности, а также систем коммунального комплекса. Это делается для удовлетворения потребностей жильцов в соответствии предоставляемых коммунальных услугах с нормами [2].

Исследуя деятельность предприятий ЖКХ, можно сказать, что с одной стороны, работа предприятий имеет низкую эффективность, отражается это в положительной рентабельности, а с другой, ежегодное повышение тарифов приводит к эмоциональному напряжению потребителей услуг, к увеличению потребителей, которые не платят за услуги, что это свидетельствует о необходимости модернизации деятельности управляющей организации.

Как итог, появляется необходимость в увеличении эффективности работы предприятий ЖКХ, а также разработки вариантов совершенствования их деятельности в условиях реформирования сферы ЖКХ.

Показатели деятельности предприятий можно рассмотреть как два направления развития сферы. К первому пути относится модернизация сферы ЖКХ, сюда можно отнести улучшение состояния жилищно-коммунальной инфраструктуры и увеличение производственных мощностей. Ко второму пути – развитие наиболее эффективного принципа формирования тарифов на коммунальные услуги для потребителей.

Стоит учитывать возможности оплаты тарифов самыми низко платежными слоями населения, при этом не допуская снижения доход УО. Данные направления развития влияют на рост эффективности деятельности предприятий сферы ЖКХ, а также приводит к снижению напряженности в оплате коммунальных услуг.

Таким образом, данный анализ смог выявить основные проблемы и пути совершенствования обслуживания потребителей в системе жилищных услуг. Решение данных недостатков в жилищно-коммунальном хозяйстве позволит повысить качество обслуживания и степень удовлетворенности потребителей в этой сфере услуг.

### ***Список литературы и источников***

1. Графов А.Л. Управление качеством услуг ЖКХ на основе инноваций. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. СПб. гос. ун-т сервиса и экономики. СПб., 2018 – 290 с.



2. Ишмухаметова, Л.Р., Кветко А.А. Организация сервисного обслуживания клиентов и его совершенствование / Л.Р. Ишмухаметова, А.А. Кветко/ Международный студенческий научный вестник. 2017, № 1. – С.45-51.

3. Карнаухова В.К. Сервисная деятельность: учебное пособие / В.К. Карнаухова, Т. А. Краковская; под общ. ред. Ю.М. Краковского. – Изд. 2-е. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н /Д: Издательский центр «МарТ», 2016. – 254 с.

## СЕКЦИЯ: РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

---

### Туристический рынок России: въездной и выездной туризм

**Мамонова М.М.,**

*студент, направления подготовки 43.03.02 – Туризм*

**Киреева У.В.,**

*студент, направления подготовки 43.03.02 – Туризм*

*Тамбовский государственный университет*

*имени Г.Р.Державина, Тамбов*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Шевяков А.Ю.*

Для целого ряда государств туризм является одним из основных источников дохода. Туристская отрасль включает в себя множество подотраслей, ориентированных на создание и поддержку необходимой инфраструктуры, обслуживание и информационное сопровождение лиц, приезжающих на определенную территорию в лечебно-оздоровительных, культурно-познавательных, спортивных, деловых, религиозных и т.п. целях. Туризм, несомненно, представляет собой значительный по размеру оплаченного спроса и уровню капитализации сектор мировой экономики; этот вид бизнес активно создает рабочие места, стимулирует экспортно-ориентированные производства, повышает качество жизни миллионов людей. Будучи динамично развивающейся и высокодоходной сферой современной экономики, туризм воспринимается как неотъемлемая часть международного рынка услуг [1]. В этом смысле туризм выступает в качестве своеобразного катализатора социально-экономического развития как отдельных регионов, так и целых стран, стимулируя развитие смежных с ним секторов национальной экономики, а также способствуя активизации бизнес-процессов, обеспечивающих его функционирование.

В развивающихся странах большим спросом пользуется внутренний туризм, который способствует занятости местного населения и развитию около туристической инфраструктуры, а также выступает своеобразным мультипликатором доходов в сфере услуг – условно считается, что рубль инвестиций в туристскую сферу приносит четыре рубля совокупного дохода в других секторах экономики. Такой же мультипликативный эффект, по мнению экспертов, имеет место и в сфере занятости – создание дополнительного рабочего места в секторе туризма ведет к формированию четырех рабочих мест в смежных отраслях, вовлеченных в производство туристского продукта. Таким образом, экономическая эффективность туризма как отрасли предполагает его развитие одновременно и во взаимосвязи с другими отраслями народно-хозяйственного комплекса.

На сегодняшний день туристический рынок в России активно развивается. До кризиса в России туристический рынок характеризовался, как один из самых быстрорастущих. В настоящий момент на российском рынке числится свыше 4000 туроператоров, но лишь только около 1700 работают в сфере въездного туризма. Во время кризиса внутренний туризм вырос практически на 10%. Развитие внутреннего туризма, как никогда ранее, стало актуальным примерно с 2014 года по настоящее время. Туризм рассматривается с двух сторон: туризм как экономический комплекс, развитие которого объясняется в большей степени мировыми экономическими связями. Он является важнейшим катализатором экономического роста, таким образом, туризм выступает в качестве канала перераспределения валового внутреннего продукта между странами [3].

Туризм приносит пользу, поскольку обеспечивает покупателей своими товарами и услугами, рабочих и служащих. Деньги, потраченные туристами в месте пребывания, создают доход для принимающей страны. Этот процесс оказывает косвенное влияние на экономику страны. Когда туристическое предприятие покупает местные товары, деньги туристов начинают работать на местный бизнес.

Экономическое воздействие и значение туризма заключается в привлечении инвестиций, дополнительных доходов в государственный или муниципальный бюджеты, увеличении доходов и росте занятости в сфере туристических услуг. Туризм способствует обогащению инфраструктуры, повышению благосостояния, уровня и качества жизни граждан [4]. В отношении выездного и въездного туризма ключевое значение имеют санкции, включающие в себя запрет на авиасообщение с участвующими в них странами. Из-за этого основными направлениями стали Турция, ОАЭ, Египет. В текущем весенне-летнем сезоне набирают популярность Таиланд, который уже два месяца принял столько же туристов, сколько за весь 2022 год, Индия, Шри-Ланка. Иран идет по пути сотрудничества с Россией и ее регионами, активно участвуя в выставках.

Среди внутренних направлений наиболее востребованы Краснодарский край, Москва, Санкт-Петербург, Казань и северокавказские регионы. В сфере внутреннего туризма стоит задача реформировать транспортное сообщение, поскольку аэропорты 11 южных регионов остаются недоступны. В том числе идет работа по развитию ж/д транспорта, авиачартерных перевозок. Для туристической сферы, несмотря на ограничения в авиасообщении, 2022 год стал годом восстановления для внутреннего туризма. Традиционно пользуются спросом Москва, Санкт-Петербург, Казань, южные курорты и Северный Кавказ. В связи с санкциями главными зарубежными направлениями для российских и, в частности, уральских туристов стали Турция, Египет и Объединенные Арабские Эмираты (ОАЭ). В текущем году к ним могут добавиться южноазиатские направления. При этом участники туристического рынка продолжают работу по созданию новых авиамаршрутов из Екатеринбурга, в том числе за рубеж. Одним из наиболее вероятных и перспективных является прямое авиасообщение между уральской столицей и Тегераном. Обо всем этом рассказали сегодня во время пресс-конференции в Екатеринбурге представители туристической отрасли. В 2019 году наибольший наплыв туристов был из Казахста-

на (3564), Китая (1883), Украины (7760). В 2022 году так же лидирует Казахстан (1256,2), Украина (2151,8), и другие страны (1102,9). Стоит отметить, что наибольший поток туристов сохранился из Украины [5].

При этом, согласно пандемии COvid-19, в 2020 году замечается значительное снижение на 73,95% общее число въездных туристов, в 2021 году наблюдается небольшое увеличение на 11,33%, хотя в 2022 году наблюдается снижение по сравнению с 2021 году на 3,84%. Есть мнение, что это связано с военной операцией в Украине.

Доходность въездного туризма для нашей страны является ощутимой. Около 60 процентов турпакетов российских туроператоров продается в зарубежные страны. Спрос на товары и услуги на внутреннем рынке по-прежнему высок, и может быть перенаправлен на внутренний рынок при формировании конкурентного предложения. По данным Федеральной службы государственной статистики, около 20 процентов турпакетов продается иностранцам.

Современный туризм – это не только самодостаточная отрасль, но и мощный инструмент развития экономики государств и регионов. Туризм является одним из основных катализаторов создания новых рабочих мест, важным сектором для расширения и укрепления внешнеэкономических связей любой страны.

Для туристической сферы, несмотря на ограничения в авиасообщении, 2022 год стал годом восстановления для внутреннего туризма. Традиционно пользуются спросом Москва, Санкт-Петербург, Казань, южные курорты и Северный Кавказ. В связи с санкциями главными зарубежными направлениями для российских и, в частности, уральских туристов стали Турция, Египет и Объединенные Арабские Эмираты (ОАЭ). В текущем году к ним могут добавиться южноазиатские направления. При этом участники туристического рынка продолжают работу по созданию новых авиамаршрутов из Екатеринбурга, в том числе за рубеж. Одним из наиболее вероятных и перспективных является прямое авиасообщение между уральской столицей и Тегераном [2], было отмечено

во время пресс-конференции в Екатеринбурге представители туристической отрасли.

Вице-президент Российского союза туриндустрии Юрий Барзыкин охарактеризовал 2022 год как период восстановления и развития внутреннего туризма. В том числе рост продаж и бронирований по внутренним направлениям в стране составил 8%. В 2023 году эксперт ожидает сохранения этой тенденции и увеличения показателей на 10-20%. В итоге индустрия может вернуться к допандемийному уровню 2019 года.

В отношении выездного и въездного туризма ключевое значение имеют санкции, включающие в себя запрет на авиасообщение с участвующими в них странами. Из-за этого основными направлениями стали Турция, ОАЭ, Египет. В текущем весенне-летнем сезоне набирают популярность Таиланд, который уже два месяца принял столько же туристов, сколько за весь 2022 год, Индия, Шри-Ланка. Иран идет по пути сотрудничества с Россией и ее регионами, активно участвуя в выставках.

Среди внутренних направлений наиболее востребованы Краснодарский край, Москва, Санкт-Петербург, Казань и северокавказские регионы. В сфере внутреннего туризма стоит задача переформатировать транспортное сообщение, поскольку аэропорты 11 южных регионов остаются недоступны. В том числе идет работа по развитию ж/д транспорта, авиачартерных перевозок.

Популярность внутреннего туризма уверенно растет и в 2023 году, о чем говорит и анализ поисковых запросов в Яндексe. Как следует из статистики февраля 2023 г., чаще всего россияне интересуются поездками в Дагестан (+244% к февралю 2021 г.), Абхазию (+70%), Анапу (+41%), Геленджик (+35%), Санкт-Петербург (+31%), Алтай (+21%), Москву (+10%) и Кисловодск (+10%). Таким образом, развитие внутреннего и въездного туризма является важным для любой страны. Хотя при этом, баланс посещения стран для мирового сообщества должен сохраняться.

### ***Список литературы и источников***

1. Морозов, М. А. Эффективность и результативность функционирования туристской системы / М. А. Морозов, Н. С. Морозова, Г. А. Карпов, Л. В. Хорева (ред.) // Экономика туризма: сб. статей. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014 – С. 27–35.

2. Тархов Сергей Анатольевич Пространственный подход в географии туризма // Географический вестник. 2019. № 4 (51). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prostranstvennyu-podhod-v-geografii-turizma> (Дата обращения: 26.05.2023).

3. Calero, С. Региональное экономическое развитие и туризм: обзор литературы для определения будущих направлений исследований регионального туризма / С. Calero, L. W. // Экономика туризма. – 2020. – №26(1). – С. 3–26.

4. Туризм – цели, виды и формы активного отдыха // URL: <https://sportcalorie.ru/zozh/turizm> (Дата обращения: 26.05.2023).

5. Статистические показатели, характеризующие развитие туристской отрасли в Российской Федерации. – URL: <https://tourism.gov.ru/other/statistika/statisticheskie-pokazateli-kharakterizuyushchie-razvitie-turistskoy-otrasli-v-rossiyskoy-federatsii/> (Дата обращения: 26.05.2023).

## **Задачи развития туристической отрасли Ярославской области и ее инфраструктуры на основе кластерного подхода**

**Королева Г.А.,**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов  
и кредита ФГБОУ ВО «Ярославский государственный  
университет им. П.Г. Демидова», Ярославль*

**Ивишова Т.Ф.,**

*магистрант 3 курса ФГБОУ ВО «Ярославский  
государственный университет им. П.Г. Демидова»,  
Ярославль*

Ярославская область характеризуется богатой историей, корни которой уходят в XI столетие. Первоначально город, являющийся административным центром региона, был основан Ярославом Мудрым, одним из легендарных правителей России, и с тех пор сыграл ключевую роль в развитии страны. В настоящее время, являясь важнейшим звеном «Золотого кольца», группы исторических городов к северо-востоку от Москвы, Ярославская область выгодно выделяется значительной концентрацией исторических памятников и архитектурных ансамблей, отражающих культурное и религиозное наследие РФ [1].

Традиционно Ярославль привлекает туристов архитектурными памятниками, относящимися к XVI–XIX вв. Центр города сохранил целые улицы, на которых находятся жилые и коммерческие здания, относящиеся к разным историческим эпохам. Город располагает большим количеством культурных сооружений. Помимо своих исторических памятников, Ярославская область предлагает множество разнообразных достопримечательностей для туристов, ищущих всесторонние впечатления. Прежде всего, речь идёт о разнообразных природных ландшафтах. Ярославская область славится живописными пейзажами. Любители природы могут исследовать эти места во время пеших прогулок, катания на речных судах.



Регион обладает большим оздоровительным потенциалом. Источники минеральной воды и лечебные грязи используются для восстановления здоровья людей уже более 100 лет. На территории региона и г. Ярославля действуют несколько санаториев и водолечебниц. Они располагают большим опытом лечения заболеваний опорно-двигательного аппарата, нервной системы, сердечно-сосудистой системы и органов ЖКТ.

Для тех, кто хочет глубже погрузиться в российскую культуру и искусство, в регионе есть значительное число музеев и культурных центров. В Ярославской области в течение года проводятся различные фестивали и мероприятия, посвященные ее культурному наследию [4]. На сегодняшний день города Ярославской области предлагают посетителям тематические ежегодные мероприятия на постоянной основе: «Ярославская масленица», «Пир над Волгой», «Джаз над Волгой», ежегодные праздники поэзии в усадьбе Карабиха и др.

Регион поддерживает формирование и развитие музейных и тематических комплексов в малых городах и поселениях региона. За последние 30 лет развились до культурных центров с. Вятское, с. Толбухино, с. Кукобой. В стадии восстановления и формирования находится комплекс с. Великое Гаврилов-Ямского района. Отреставрированный Великосельский кремль становится центром туристического комплекса, в котором сегодня два действующих музея, архитектурный ансамбль кремля и рукотворные природный памятники.

Еще одним примером удачного возрождения ремесел и создания туристического центра в малых городах России является опыт города Мышкин, в котором объекты туризма созданы с привязкой к неофициальному символу города – мышши. Помимо тематических музеев в комплекс входит несколько ремесленных мастерских, дающих представление об основных ремеслах, развитых в прошлом на данной территории.

В регионе активно растет паломнический туризм. В регионе за последние десятилетия восстановлено несколько религиозных центров: Казанский женский монастырь, Свято-Введенский Толгский женский монастырь, Кирилло-

Афанасьевский мужской монастырь, Спасо-Преображенский мужской монастырь. Заслуживают особого внимания церкви г. Тутаева, расположенные на разных берегах р. Волга и Храм во имя Святителя Иоанна Златоуста в с. Годеново традиционно представляющие большой интерес для туристов. Русская православная церковь предпринимает значительные усилия по увеличению паломнического потока в регион. Ежегодно проводятся праздники, посвященные покровителям крупных обителей, строятся паломнические и странноприимные дома, позволяющие не только посетить духовные центры, но и принять участие в жизни обители. Уделяется внимание и созданию инфраструктуры таких центров: при монастырях действуют церковно-приходские школы, православные центры, создаются кафе и столовые, основой меню которых является традиционная русская кухня.

Ярославская область предлагает комплексный опыт путешествий, предоставляя возможность посетителям исследовать яркое «полотно» прошлого и настоящего России. Независимо от того, привлекают ли конкретного человека исторические достопримечательности, живописные пейзажи или настоящая русская кухня, Ярославской области есть, что предложить каждому путешественнику.

Правительство региона всячески поддерживает развитие туристической инфраструктуры территории. В регионе принята и реализуется концепция кластерного развития отрасли. Образовательные учреждения Ярославской области ввели в учебный процесс ряд новых образовательных программ, в рамках которых ведется подготовка кадров для индустрии гостеприимства. Правительство региона и территориальные администрации содействуют возведению новых гостиниц и предприятий общепита, развивают региональную транспортную систему и т.п.

Большое внимание правительством региона в настоящее время уделяется сохранению окружающей среды, которая является неотъемлемой частью туристического потенциала региона. Вопросы защиты среды обитания человека стоят чрезвычайно остро: регион в 2022 года занял первое место по ко-

личеству онкологических заболеваний в РФ. Понятно, что эта проблема не является новой для региона. В советский период регион являлся крупнейшим промышленным и транспортным центром, в котором быстрыми темпами развивалась химическая промышленность. Стремясь компенсировать давление, оказываемое промышленностью на окружающую среду, в городах региона высаживалось огромное количество деревьев, которые решали вопросы шумоподавления и очистки атмосферного воздуха. В настоящий момент объемы деятельности сократились в десятки раз. Но зеленые насаждения, защищающие регион, уже активно стареют и требуют замены. Смена зеленых насаждений в городской черте – одни из задач органов государственного и муниципального управления. И это лишь малая часть задач, которую следует решить в том числе, в рамках развития туристической среды.

В нынешних условиях признаётся высокая значимость Ярославской области как туристического кластера, в связи с чем, реализуются различные механизмы финансового обеспечения для поддержания и оживления этого сектора. Речь идёт о субсидиях и грантах; кредитах с льготными ставками и гарантиях по кредитам; налоговых льготах; помощи в продвижении проектов и программ и маркетинговой поддержке; обучении кадров отрасли; развитии инфраструктуры; исследованиях и сборе данных о состоянии отдельных отраслевых сегментов [2].

Так, ключевая роль отводится прямым субсидиям и грантам туристическому бизнесу во время кризисов. Данные средства могут помочь предприятиям Ярославской области покрыть операционные расходы, удержать сотрудников, а также оперативно адаптироваться к меняющимся обстоятельствам.

Также большое значение имеет предложение кредитов под низкие процентные ставки или гарантии по кредитам туристическому бизнесу. Данные финансовые инструменты весьма ценны для Ярославской области, поскольку обеспечивают доступ к капиталу, позволяя компаниям инвестировать в свою инфраструктуру, расширять свои услуги, преодолевать экономические трудности.

В свою очередь, налоговые льготы и стимулы могут увеличить инвестиции в туристический сектор. Эти стимулы предоставляют возможность существенно сократить эксплуатационные расходы и повысить экономическую активность предпринимателей.

Также для развития Ярославской области в качестве туристического кластера выделяются средства на улучшение маркетинговой деятельности: как внутри региона, так и за его пределами. Результативный маркетинг позволяет привлечь посетителей и стимулировать спрос, «оживляя» весь туристический кластер.

Особое внимание исследователей привлекает проблематика развития инфраструктуры в Ярославской области. В своей статье Е.Д. Маслов, А.В. Кулаков приводят статистические данные об обеспеченности инфраструктурой и условиями для активного отдыха Ярославской области (см. таблицу 1). Авторы обследовали состояние уже созданных на территории региона туристических баз.

*Таблица 1*

**Показатели обеспеченности инфраструктурой  
и условиями для активного отдыха  
Ярославской области в 2021 г. [3]**

<i>Территория</i>	<i>Развиты</i>	<i>Слабо развиты</i>	<i>Не развиты</i>	<i>Всего</i>
Ярославская обл.	49	37	36	<b>122</b>
Большесельский р-н	1	0	0	1
Борисоглебский р-н	0	1	0	1
Брейтовский р-н	4	1	5	10
Гаврилов-Ямский р-н	2	0	1	3
Даниловский р-н	0	0	0	0
Любимский р-н	0	0	0	0
Мышкинский р-н	1	7	1	9
Некоузский р-н	3	3	0	6
Некрасовский р-н	7	4	3	14

Первомайский р-н	0	0	0	0
Переславский р-н	9	6	11	26
Посехонский р-н	2	2	3	7
Ростовский р-н	0	3	4	7
Рыбинский р-н	6	5	1	12
Тутаевский р-н	0	0	1	1
Угличский р-н	7	2	2	11
Ярославский р-н	7	3	4	14

В результате проведенного исследования выявлено, что чуть более 70% от совокупного количества турбаз Ярославской области можно считать обеспеченными (в инфраструктурном плане) условиями для того, чтобы проводить активный отдых. И только 40,16% обладают развитой инфраструктурой и подходящими условиями [3].

Развитие и поддержание инфраструктуры (аэропорты, дороги и системы общественного транспорта) имеет определяющее значение для успеха индустрии туризма. Финансовое обеспечение инфраструктурных проектов способно улучшить доступность и привлечь больше посетителей в Ярославскую область. Регион предпринимает усилия по развитию воздушного сообщения города Ярославля с крупными центрами страны. В перспективе – открытие регулярного сообщения с курортными городами Турции. Объективные условия внесли коррективы в данные планы.

Поддержка исследований и сбора данных помогает политикам и предприятиям принимать обоснованные решения. Доступ к точным данным позволяет лучше анализировать рынок и стратегическое планирование. Сегодня в индустрии туризма наметились два сегмента, сбор данных о развитии которых затруднен. Это – медицинский туризм и предоставление жилья собственниками жилых помещений для самостоятельных туристов, прибывающих в город на несколько дней (так называемый туризм выходного дня). До недавнего времени данные сегменты были незначительными. Но в последние

годы они стремительно увеличивают объем оказываемых услуг. Данный факт должен заставить органы статистики и государственного управления организовать сбор данных об оказываемых услугах в данных сегментах на постоянной основе.

Таким образом, развитие туристической отрасли Ярославской области на основе кластерного подхода, позволит стимулировать экономику региона и увеличить культурный обмен с другими регионами. Вместе с тем, уязвимость данного сегмента перед внешними потрясениями требует систематической и грамотной финансовой и маркетинговой поддержки на разных уровнях государственного управления. Эффективные механизмы финансового обеспечения реализации инвестиционных проектов значимы для долгосрочного устойчивого развития сектора. Очень важно найти баланс между оказанием немедленной помощи во время кризисов и инвестированием в отрасль на перспективу. В конечном счете, финансовая поддержка туристического кластера – это инвестиции в более светлое и устойчивое будущее отрасли.

### ***Список литературы и источников***

1. Баранова А.С. Туристический бизнес малых городов Ярославской области / А.С. Баранова // Проблемы социально-экономической устойчивости региона. Сборник статей XX Международной научно-практической конференции. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2023. – С. 57-61.

2. Деменьшина М.С. Современный туризм в Ярославской области / М.С. Деменьшина // XXIV Всероссийская научно-практическая конференция. – Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет, 2022. – С. 68-73.

3. Маслов Е.Д. Анализ наличия инфраструктуры и условий для активного отдыха в Ярославской области / Е.Д. Маслов, А.В. Кулаков // Туризм и рекреация: инновации и ГИС-технологии. Материалы XIV Международной научно-практической конференции. – Астрахань: ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева», 2022. – С. 141-144.

4. Недомолкина Е.П. Анализ внутреннего и въездного туризма в Ярославской области и определение перспектив развития / Е.П. Недомолкина // XXXIV Международные Плехановские чтения. Сборник статей. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2021. – С. 101-104.

## **Антропогенные ландшафты в системе памятников природы Тамбовской области**

***Степанов В.Н.,***

*студент направления подготовки 05.03.02 – География*

*Институт естествознания*

*«Тамбовский государственный университет*

*имени Г.Р. Державина, Тамбов*

*Научный руководитель: к.г.н, доцент **Абрамова Л.А.***

Антропогенные ландшафты давно стали неотъемлемой частью любой территории. Воздействие человека на ландшафт начинается непосредственно с первого заселения и увеличивается по мере развития народного хозяйства, трансформации подвергаются практически все компоненты природной среды. Система особо охраняемых территорий Тамбовской области начала формироваться только во второй половине прошлого столетия, когда естественных ландшафтов практически не осталось, большая часть территории была распахана, естественные леса заменены на лесокультуры, поэтому среди памятников природы оказались антропогенные ландшафты.

Антропогенный ландшафт (природно-антропогенный ландшафт), разновидность географического ландшафта, естественная структура и функционирование которого либо целенаправленно изменены человеком для выполнения социально-экономических функций, либо непреднамеренно трансформированы вследствие косвенного воздействия хозяйственной деятельности на природную среду.

Термин предложен российским физико-географом А. Д. Гожевым (1929). Большой вклад в развитие антропогенного ландшафтоведения внёс российский географ-ландшафтовед Ф. Н. Мильков. Так как «антропогенный» в строгом смысле означает «созданный человеком», российский географ-ландшафтовед В. А. Николаев считал термин «природно-антропогенный ландшафт» более корректным, подчёркивая природную основу его структуры и функционирования с подчинением не только антропогенным, но и естественным факторам. В то же время существуют ландшафты антропогенные в узком смысле, т. е. буквально созданные человеком, начиная с морфолитогенной основы (польдеры, искусственные острова и т. п.) В классификации антропогенных ландшафтов в данный момент существует несколько подходов[1].

Первая классификация, которая используется наиболее часто в научных исследованиях была дана Ф. Н. Мильковым в 1977 году, в ее основе лежит основное направления хозяйства или цель изменений произведенных человеком в ландшафте.

Ф. Н. Мильков выделяет семь категорий антропогенных ландшафтов [4].

1. Сельскохозяйственные, которые в свою очередь делятся на следующие типы: полевые, сенокосо-пастбищные, садовые. Соответственно основное направление в данных ландшафтах растениеводство или животноводство.

2. Промышленные, основные изменения в данных ландшафтах произошли в результате развития, каких-либо отраслей промышленности, в этой категории выделяется два типа: непосредственно промышленные, это территории занятые под производственные комплексы, заводы, фабрики, комбинаты, часто они примыкают к селитебным и горно-промышленные, т.е места разработок полезных ископаемых.

3. Водные или аквальные, к этой категории относятся искусственные водоемы, пруды, водохранилища, каналы.

4. Лесокультурные, лесные насаждения созданные человеком и/или появившиеся в результате человеческой деятельности, сюда относят: массивные посадки, лесные полосы, вторичные леса, на месте вырубок.



5. Селитебные, ландшафты населенных пунктов, в данной категории выделяются городские и сельские селитебные ландшафты.

6. Беллигенеративные ландшафты, появившиеся в результате военных действий.

7. Дорожные ландшафты, линейные комплексы с дорожной инфраструктурой.

Рассмотрев современную систему памятников природы Тамбовской области, мы выявили, что в нее входят такие категории и типы антропогенных ландшафтов как: лесокультурные ландшафты, аквальные или водные ландшафты, садово-парковые ландшафты, укрепительно-оборонительные, сельскохозяйственные.

Значительное количество памятников природы относится к типу лесокультурных. В целом лесокультурные ландшафты достаточно распространены на территории Тамбовской области, они представлены 2 типами – массивными насаждениями и лесными полосами разного назначения и конструкции.

Памятниками природы являются массивные лесокультурные ландшафты. Всего в перечне памятников природы нами отнесено к лесокультурным ландшафтам 14, 11 из которых относятся к ботаническим и 2 к комплексным и 1 к дендрологическим. Все данные памятники можно разделить на 3 группы.

1. Киселевские посадки сосны обыкновенной, под таким названием выделено 4 памятника природы, Расположены они в Сосновском, Моршанском и Тамбовском районах. Киселевские посадки были заложены в середине XIX в. С 1837 по 1856 г. К. В. Киселев возглавлял Министерство государственных имуществ и немало сделал полезного в деле развития степного лесоразведения и степного хозяйства. С его именем связано создание сохранившихся до наших дней сосновых посадок. Киселевские лесные культуры высокобонитетны; сохранились 300-350-летние деревья с запасом древесины 700 м<sup>3</sup>/га. На каждый участок этих 120-летних сосновых культур составлен паспорт и охранное обязательство. В 1979 г. решением

Тамбовского облисполкома «Киселевские посадки» отнесены к особо ценным лесным объектам – памятникам природы.

3. Прочие памятники природы, в эту группы мы отнесли 5 памятников природы не объединенные никакими общими признаками: – Мемориальная посадка сосны в форме пятилучевой звезды, Лесные насаждения бывшего санатория «Инжавинский», Высокопродуктивные культуры ели на территории Мичуринского района, Уникальное лесное насаждение Раненбургское, Туевая роща.

Все данные памятники природы относятся к старым насаждениям, которые в процессе развития уже достигли климаксового состояния, создавались они изначально как однопородные, затем к ним естественным образом добавились примеси из легко распространяемых пород, поэтому посадки сосны и дуба легко можно спутать с натуральным лесом. Посадки ели сразу определяются как искусственные, т.к. созданы из породы не относящихся к зональной.

Один памятник природы «Устьенская засечная дубрава» в Мичуринском районе, является памятником природы не выясненного происхождения.

Аквальные или водные антропогенные ландшафты представленные на территории Тамбовской области достаточно широко, это преимущественно малые балочные пруды, а в перечень памятников природы внесено всего 3 искусственных водоема это водохранилища Шушпанское, Челнавское и Кершинское. Перспективным памятником природы признано еще Котовское водохранилище на реке Лесной Тамбов. Все водохранилища сохраняются в научных и рекреационных целях.

Водохранилища – памятники природы достаточно интенсивно используются, на них не запрещена рыбная ловля, купание, а на Челнавском водохранилище построена база отдыха.

Садово-парковые ландшафты не рассматривались ландшафтоведами как отдельный вид или класс, Ф. Н. Мильков относил их рекреационным ландшафтам, но мы решили дать им отдельную характеристику, так как на территории Тамбовской области сохранилось достаточно много усадебных парков, которые были неотъемлемой части как называемо-

го помещичьего быта в 19 века, когда было модным устраивать на прилегающей к дому территории парки в английском или французском стиле.

К данному типу антропогенных ландшафтов относится подавляющее большинство из выделенных нами памятников природы – 21 штуки. География их распространения по территории области такова: в Петровском районе расположено 3 парка, по 2 парка в г. Тамбове, Сосновском, Моршанском, Уваровском, Староюрьевском, Пичаевском, Знаменском расположено по 2 парка, в Никифоровском, Инжавинском, Жердевском, Кирсановском, Сосновском, Рассказовском и Ржаксинском по 1 парку.

К данному классу антропогенных ландшафтов относятся 2 памятника природы – Урляпов вал и Тамбовский (Татарский) вал, оба относятся к комплексным памятникам природы, первый расположен в Мичуринском районе, второй в Тамбовском районе. Оба памятника являются участками Белгородско-Симбирской засечной чертой. Черта проходила по территориям современной Ульяновской области, соединяясь с Атемарской чертой (Атемар, Саранск) и далее с чертой на территории Пензенской (Нижний Ломов, Верхний Ломов), Тамбовской (Тамбов, Козлов) областей, строилась она в 1635–1654 годах путём возведения ряда крепостей, соединённых между собой системой оборонительных валов, засек, надолбов, с использованием в том числе естественных природных препятствий (болот, лесов, рек). Длина черты составляла 800 км. Причиной её строительства стала необходимость обеспечения обороны южных рубежей государства, продвинувшихся за предыдущие десятилетия далеко вглубь Поля. Белгородская черта эффективно снизила риск грабительских вторжений крымских татар и ногайцев и способствовала русскому заселению огромных чернозёмных территорий на 300 км к югу от Большой засечной черты. Административное и военное управление оборонительной линией располагалось в Белгороде. Западная часть Белгородской черты утратила своё военное значение после строительства Изюмской черты (1679 – 1680), восточная – после строительства Украинской линии (1731–1742).

По территории Тамбовской области черта или Татарский вал протянулся на 75 км, от реки Польной Воронеж, до с. Кузьмина Гать. На западе есть отдельные фрагменты черты [2,6].

Черта состоит из двух валов, малый вал имел высоту 1,5 м, ширину по верху 2 м. Перед валом был вырыт ров шириною 2 м и глубиною с метр. На валу было 5 глухих башен, следы от которых сохранились плохо. Большой вал достигал высоты 3-4 м, ширины у основания 6 м, поверху 2,2 м. Через каждые 200 саженей на валу были сооружены башни. Территория татарского вала более 300 лет не подвергалась распашке, поэтому здесь сохранились фитоценозы, аналогичные степям. Под валом находится захороненная почва, которую можно признать эталоном чернозема [5].

К этому классу мы отнесли 1 памятник природы «Основной питомник имени И.В. Мичурина», Основной питомник И.В. Мичурина, расположенный на окраине города Мичуринска-наукограда РФ, хранит память о талантливом учёном, плоды его многочисленных трудов. Посетители старейшего мемориального Дома-музея проникаются атмосферой Козлова-Мичуринска конца XIX - начала XX века. Основной питомник – своеобразный музей под открытым небом, памятник природы, в котором хранится богатейший фонд сортов и гибридов, выведенных И.В. Мичуриным, а также коллекция собранных им экзотических растений.

Основного питомника И.В. Мичуриным создана коллекция из более 800 видов исходных растительных форм, собранных садоводом в различных точках земного шара, а также сортов и гибридов плодово-ягодных, декоративных и технических культур, выведенных самим Иваном Владимировичем.

До настоящего времени в коллекции сохранились растения с американского континента (бундук канадский, черёмуха виргинская и маака), с Дальнего Востока и из Японии (орех маньчжурский, элеутерококк, аралия маньчжурская, актинидия ананасная, лимонник, акантопаноис, бархат амурский), многочисленные сорта и гибридные формы плодовых и ягодных растений, выведенных И. В. Мичуриным. Основной питомник – памятник природы Тамбовской области [3].

Изучив перечень памятников природы, мы пришли к выводу, что к антропогенным ландшафтам относится 43 объекта из 103, что оставляет 42 процента, такое большое количество объясняется тем, что работы по выделению памятников природы в нашей области проводились в семидесятых годах прошлого столетия, когда естественных ландшафтов практически не осталось.

Закономерностей в географии их распространения антропогенных памятников природы нами не выявлено.

### ***Список литературы и источников***

1. Абрамова, Л. А. К вопросу изучения современных антропогенных ландшафтов в регионах преимущественно сельскохозяйственного использования земель, на примере Тамбовской области [Текст] Л. А. Абрамова, А. В. Рязанов // Международный научно-исследовательский журнал. – 2023. – № 2 (128). – DOI 10.23670/IRJ.2023.128.11. – EDN TXZUSP.

2. Белгородская черта [Электронный ресурс] <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (Дата обращения 15.05.2023).

3. Кирина, И. Б. Мониторинг состояния некоторых ООПТ Тамбовской области [Текст] / И. Б. Кирина, Л. В. Титова, И. А. Сурайкина // Актуальные проблемы экологии и природопользования : Сборник статей по материалам III Всероссийской (национальной) научно-практической конференции, Курган, 10 апреля 2019 года / Под общей редакцией С. Ф. Сухановой. – Курган: Курганская государственная сельскохозяйственная академия им. Т. С. Мальцева, 2019. – С. 105-110.

4. Мильков Ф. Н. Природа и ландшафты Притамбовья. [Текст] – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1986. – 225 с.

5. Петручук Р. А. Опыт изучения и описания памятников природы Тамбовского края [Текст] / Р. А. Петручук // Краеведческие исследования антропогенных ландшафтов. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1983. С.12

6. Татарский вал или Великая русская стена. [Электронный ресурс]. – URL: <https://varandej.livejournal.com/94138.html>, дата обращения 15.05.2023

## Инновации в туристическом бизнесе

**Безлепкин И.А.,**

*студент, направления подготовки 43.03.02 – «Туризм»*

*Тамбовский государственный университет*

*имени Г.Р. Державина, Тамбов*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Зобова Е.В.*

«Инновации в туризме – разносторонние организационно-управляющие нововведения, состоящие в целенаправленных изменениях, производимых на разных уровнях индустрии туризма. Сюда относятся правовое обеспечение туристских проектов, способность организации новых видов туристской деятельности, создание кардинально новых турпродуктов и товаров для путешествий, информационно-рекламное обеспечение туристского спроса, включающее в себя современные технологии» [3].

Эффективность разработки и дальнейшего использования новшеств в туризме зависит от множества факторов, среди которых и выгодные географические, погодные условия, и разнообразие местных достопримечательностей, и богатая культура, история местного региона, и, конечно, достаточные инвестиции и капиталовложения. Все эти аспекты в максимальном их задействовании и комбинировании могут сыграть огромную роль при создании нового продукта или интересной фишки при обслуживании в туристическом бизнесе, и стать потенциалом для дальнейшего развития отрасли.

*Таблица 1.*

### Виды инноваций [3]

По сфере применения	По приемственности	По масштабу
материально-технические; социальные; экономические; организационно-управленческие; правовые; педагогические	дополняющие; замещающие; прорывные;	мирового масштаба; новые в стране; новые в области; новые для организации;

Можно выделить основные виды инноваций для туристического бизнеса (таблица 1).

Итогами внедрения в туристскую сферу инноваций должны стать как увеличение потока туристов в данный регион или в конкретную организацию, так и, соответственно, рост прибыли.

«Существует наука инноватика, занимающаяся изучением и внедрением нововведений. В своем научном направлении она опирается на диалектические учения о всеобщем развитии. Любые нововведения приводят вначале к созданию кризисных состояний, выход из которых может быть найден только при профессиональном отношении ко всем стадиям процесса внедрения нового туристского продукта» [2].

Цели инновационной деятельности в туризме можно разделить на два аспекта: общая цель и частные цели. Общая цель инновационной деятельности – это поддержание конкурентоспособности путём поиска новых форм и методов оказания услуг, что влечёт за собой развитие компании и ее бренда в целом. Можно добавить, что это ещё и стремление воплотить в жизнь непосредственно потребности туристов.

К частным целям можно отнести выход на новые рынки, замена устаревших турпродуктов, повышение гибкости оказания услуг, увеличения предложения и т.д.

По всему миру, в том числе в России, в туристический бизнес внедряется большое количество новшеств.

В России уже есть много очень интересных инноваций в сфере туризма. Например, «X-Walker: на экскурсию в теле робота». «Специальная платформа позволяет как стать пилотом робота, так и присоединиться к экскурсии в качестве простого экскурсанта. Для посещения доступны музеи и парки столицы, список которых постоянно пополняется».

«Localtrip: путешествие от искусственного интеллекта». Путешественник выбирает город, время пребывания, интересы и бюджет поездки, и сервис выдает подходящий маршрут. Весь маршрут путешествия просчитывается на основе заранее разработанных специалистами программ с учётом экономики денежных средств и времени на перемещение.

«TravelogramAI: помощник для туроператора». Данная инновация ориентирована уже не на потребителей, а на «бизнес-пользователей». Эта программа сама генерирует индивидуальные туры буквально за 15 минут [4].

Проанализировав различные туристические инновации, было подмечено, что сейчас есть огромное количество интересных идей, но, к сожалению, зачастую они нацелены пока только на Москву или Санкт-Петербург, как например, «Everydayhotel: старый город, новые впечатления». Также «в 2021 году Москву отметили на международном уровне в сфере цифровизации, среди лауреатов туристический сервис Russpass» [5]. А до других регионов страны данные инновации могут прийти только через несколько лет, что, естественно, замедляет развитие отрасли туризма в целом.

Конечно, в любом бизнес-процессе, в том числе и в инновационном, есть свои трудности, например:

«К факторам, препятствующим инновационным преобразованиям на предприятиях сферы туризма, относятся:

- низкий уровень развития инновационной культуры в обществе в целом и на предприятиях;
- отсутствие тесной связи между наукой и производством туристского продукта;
- отказ предприятий от радикальных разработок, требующих значительных денежных средств и имеющих долгий срок окупаемости проекта;
- низкий уровень экономического развития потребительского рынка»;
- недостаточно развитая транспортная инфраструктура на Северо-Восточном направлении страны;
- разработка и внедрение инноваций преимущественно в центральной части России, в частности в Москве;
- бедность населения. Многие граждане страны просто не готовы отдать большие деньги за турпродукт, а нововведения зачастую будут способствовать только удорожанию той или иной услуги [1].

Следует отметить, чтобы провести новшества в одной сфере туристического бизнеса, необходимо внедрить новые техно-



логии и в других, например, в социальных, технологических, управленческих, так как все процессы взаимосвязаны.

Для решения указанных ранее проблем необходимо проводить мастер-классы, конференции, тренинги по развитию инновационной культуры в туристической сфере, причём, чтобы они проводились не в столице, а в других крупных экономических центрах страны (Новосибирск, Екатеринбург, Красноярск и т. д.) и в относительно небольших городах, чтобы все инновации распространялись равномерно и без задержек в несколько лет; разработать основополагающую базу по взаимодействию всех секторов данного процесса, в частности, между научными центрами и туристскими организациями.

Таким образом, в экономической системе нововведения – это способ оставаться на рынке и быть конкурентоспособными на должном уровне. И именно благодаря большой подготовке и чёткой системе планирования внедрения инноваций, турфирма может и дальше продолжать свою деятельность, являясь устойчивой и современной экономической единицей

Российский туристический бизнес только начинает активно развиваться в своей инновационной деятельности. Все проблемы в туризме постепенно решаются, поэтому нужно время, чтобы туристический бизнес стал очень ярким и разнообразным сектором экономики России.

### ***Список литературы и источников***

1. Асаул А.Н. Модернизация экономики на основе технологических инноваций / А.Н. Асаул АНО ИПЭВ, 2008. – 606 с.
2. Зайцева Н.А. Менеджмент в социокультурном сервисе и туризме. – 2003. – С. 184.
3. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд. – СПб.: Питер, – 400 с: ил. – (Серия «Учебники для вузов»).. 2003 (дата обращения: 28.09.2023)
4. Летюхина М. Десять стартапов, которые изменят российскую туриндурию. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends-rbc-ru.turbopages.org/trends.rbc.ru/s/trends/innovation/cmrm/6193eff49a794783231e405a> (Дата обращения: 30.09.2023)

5. О туризме 2022: рынок и тренды. [Электронный ресурс]. URL: <https://corp.wtcmoscow.ru/services/international-partnership/actual/o-turizme-2022-rynok-i-trendy/> (Дата обращения: 30.09.2023)

**Анализ маркетинговой деятельности  
на туристском предприятии  
ВАО «Интурист»**

***Егоров Н.С.,***

*студент, направления подготовки 43.03.02 –«Туризм»*

*Тамбовский государственный университет*

*имени Г.Р.Державина, Тамбов*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент **Зобова Е.В.***

ВАО «Интурист» – старейшая советская и российская туристическая компания. Полное наименование – Внешнеэкономическое акционерное общество по туризму и инвестициям Интурист. «Интурист» был основан в 1929 году и стал первым международным туроператором, который оказывал туристические услуги на территории Советского Союза.

Занимает в настоящее время лидирующее место на рынке въездного туризма, располагает главными позициями на внутрироссийских направлениях, имея собственные отделы приема на ключевых туристических дестинациях», по отправке туристов занимает первые места в Сочи, Анапу, Крым, Санкт-Петербург, Калининград, Мурманск, по маршрутам городов Золотого кольца, в Карелию, на Камчатку и т. д. Входящая в пятерку туроператоров компания предлагает туры на ж/д, автобусном и авиатранспорте. Чартерные рейсы, заказчиком которых является «Интурист», летают на самых популярных международных и внутренних направлениях. В советское время Интурист внес немалую роль в сохранении исторических памятников, также в то время были разработаны маршруты по Золотому кольцу, создан один из первых

туристических брендов «Белые ночи». Компания существует давно на рынке туруслуг, но активно внедряет новые технологии туризма, а также развивает следующие направления: въездной туризм, внутренний туризм, выездной туризм. Головной офис компании находится в Москве. Собственные офисы туроператора работают в Санкт-Петербурге, Казани, Екатеринбурге, Самаре, Уфе, Краснодаре, Ростове-на-Дону, уполномоченные агентства присутствуют в большинстве крупных городов России. Развивается проект франчайзинга. Миссией компании является развитие цивилизованного клиент ориентированного туристического бизнеса в России, соответствующего международным стандартам, также остается качественное предоставление услуг людям. Ценности – поддержание репутации надежной и опытнейшей компании, ставшей частью российской истории. «Интурист» несет большую ответственность за тех людей, которые имеют определенное влияние на предприятие. Номер в едином федеральном реестре туроператоров: РТО 005332.

1. Компания предлагает «горящие» путевки: туры на пляжные курорты – можно выбрать курорт с разным качеством сервиса, набором предоставляемых услуг. Как в летний, так и в зимний период, заказав горячие туры, можно насладиться теплым морем, отдохнуть на чистых, комфортабельных пляжах. В данном случае можно поехать как одному, так и всей семьей. Экскурсионный, семейный отдых, шопинг-туры – фирма предлагает огромное разнообразие поездок на любой вкус. Выбрав их, путешественники смогут увидеть различные достопримечательности, исторические и природные памятники. Не менее популярными являются поездки, основной целью которых является шопинг. Купив горящие путевки, можно посетить столицы мировой моды. В данном случае можно совместить шопинг, например, с походами на пляж, посещением местных достопримечательностей. В путешествие можно отправиться одному, с компанией друзей или родственников. Есть разные варианты, которые позволяют воспользоваться горящими турами с детьми. Путевки можно приобрести на время каникул.

2. Экскурсионные туры по России (Москва, Санкт-Петербург, Дагестан, Северная Осетия, Карелия, Казань, Чечня, Калининград, Байкал, Алтай, Крым, Великий Устюг и др.), а также за рубежом (Албания, Беларусь, Казахстан, Турция и др.)

3. Пляжные туры: Турция, Шри-Ланку, Катар, Мальдивы, Сейшелы, Таиланд, Россия

4. Бюджетные туры по Черноморскому побережью: в Крым, Абхазию, Сочи и Анапу.

Горнолыжный курорт: универсальный отдых для туристов разного возраста. Для самых маленьких на курортах работают детские комнаты, школы горных лыж и сноуборда. Для молодежи и людей с экстремальными возможностями устроены зоны вне трассового катания и сноу-парки. Любители и профи тоже найдут склон по душе и курорт по бюджету. Основные направления: Архыз, Домбай, Приэльбрусье, Красная поляна, Роза хутор. Также компания дает описание к своим турам для общего ознакомления. Горнолыжные туры в Архыз, что в Карачаево-Черкесии, подойдут и новичкам. Всего три часа от аэропорта «Минеральные воды» и можно быть в горах Западного Кавказа. Высшая точка Архыза – 2840 м.

Здесь устроено две туристические деревни: «Романтик» и «Лунная поляна», почти 30 км трасс для лыжников разной подготовки, в том числе есть и сертифицированные – для проведения международных соревнований, 8 канатных дорог: 4 кресельных и 4 гондольных. Перепад высот на курорте: 1650-3173 м. В зимнее время по выходным, начиная с пятницы, тут работает вечернее катание. Для детей есть детский подъемник, мини-клуб и занятия с инструктором от 4 лет. Туристическая инфраструктура представлена: домами отдыха, гостиницами, отелями, пунктами проката, камерами хранения, магазинами, кафе, барами, ресторанами. В летнее время тут тоже есть чем заняться: можно сходить на экскурсию по горным тропам к бирюзовым ледниковым озерам или съездить к историческим достопримечательностям, покататься на велосипеде, совершить конную прогулку, с детьми отпра-

виться на игровую площадку или парк развлечений, работает высотный веревочный парк, бассейны, летний кинотеатр, тир, пейнтбол и, конечно, есть возможность попробовать местную минеральную воду. Горнолыжные туры на Домбай, в Карачаево-Черкесию, каждый год становятся все популярнее, ведь тут туристы получают не только невероятные эмоции, но и всё необходимое для комфортного катания по доступным ценам. Популярность Домбая объясняется и наличием инфраструктуры: восемь канатно-кресельных дорог, 25 км трасс, большая часть из которых подойдет для комфортного катания как для новичков, так и для профессионалов.

5. Также компания предлагает экзотические, новогодние туры, отдых на озерах.

Цена туров формируется в зависимости от маршрута, месторасположения и тематической направленности. Компания занимается страхованием туристов, также осуществляет подбор авиабилетов. На сайте туроператора есть подбор различных отелей по звездам, местоположению, а также набору услуг, которые включены в проживание, варианты размещения, в которые включена стоимость проживания. Турфирма использует условные обозначения бронирования, сделанные для удобства поиска информации о проживании. Например, обозначения в поиске туров размещений в санаториях и отелях:

1. NAD – N взрослых

2. NCH – N детей (00-04) – возраст ребенка от 0 до 4 лет включительно

3. EXB – дополнительная кровать

4. w\o – без дополнительной кровати или питания

5. exb&mls – дополнительная кровать и питание

Помимо этого, туроператор выпускает каталоги, в которых содержится информация о курортах, но только в печатном виде.

Описанное выше также представляется турагентствам, которые готовы сотрудничать с туроператором, на сайте имеется информация, которая содержит необходимые документы, чтобы стать партнером. Интурист предлагает видео уроки для агентств, в которых содержится актуальная информация

о туристических местах. Также предоставляет информацию об оплате бронированного тура турагентством, условия для франчайзинга и информацию о нем, финансовое обеспечение [3].

Далее рассмотрим особенности маркетинговой деятельности на туристском предприятии Интурист.

Реклама, безусловно, является основным и наиболее распространенным средством маркетингового продвижения туристского продукта в рыночных условиях. В общем смысле его можно определить, как форму неличного общения с клиентами посредством использования платных медиа для презентации продуктов, идей, услуг, с четко определенным источником финансирования.

Реклама туристического продукта охватывает большой территориально рассредоточенный рынок и может многократно повторяться для одной и той же аудитории. Кроме того, она хорошо интегрируется и дополняет другие элементы маркетинговых коммуникаций. Основной задачей рекламы туристского продукта турфирмой «Интурист» является привлечь внимание и познакомить потенциального покупателя с определенными туристскими направлениями с целью побудить его приобрести турпродукт у конкретной туристской организации. В данной туристической фирме реклама выполняет множество различных функций, среди которых решающую роль играют информационная, убеждающая и напоминающая функции. Основными принципами рекламы туристского продукта являются краткость, простота для потребителя, разнообразие материала и необычная подача. Среди основных направлений рекламно-информационной деятельности туристской организации «Интурист» можно выделить:

1. Реклама, направленная на определенные туристские территории.
2. Реклама, направленная на работу со смежными отраслями и предприятиями.
3. Реклама для работы с потребителями (как реальными, так и потенциальными).
4. Реклама работы с посредниками [4].

Реклама используется туроператором для формирования долгосрочного имиджа компании, выделения конкретного туристического направления, распространения информации о событии, новой услуге, изменении цен, скидках, привилегий, защиты конкретной идеи, создания имиджа, конкретный пункт назначения и т. д. Туроператор использует рекламу в средствах массовой информации: телевидение, газеты, журналы, интернет и социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники, Телеграм, Яндекс Дзен). Ее главная особенность – возможность сообщать рекламную информацию большой аудитории.

Туристические каталоги содержат полезную информацию для потенциальных туристов. Они могут использоваться как справочники и содержать описания туристических продуктов и услуг, иллюстрации, туристические программы, отели, мероприятия и экскурсии, транспортные услуги туроператоров. Компания выделяет значительный бюджет на рекламу по радио, а московские радиостанции выпускают туристические ролики. Ожидаемый эффект от радиорекламы дает интенсивность звучания 40 повторов рекламы в месяц. Здесь главную роль играет качественное преподнесение материала, чтобы заинтересовать слушателя на приобретение туруслуги.

Телевидение применяется как маркетинговый инструмент масштабного значения, также на телевизионную рекламу полагаются существенные затраты.

«Интурист» не только предлагает свою рекламу российской аудитории, но также и за рубежом. Каждый год компания принимает участие в международных выставках и ярмарках, где налаживаются связи с зарубежными туристическими агентствами, здесь же заключаются договоры о дальнейшем сотрудничестве. Иностранные компании имеют значительное влияние на продвижение туров «Интурист». По каждому туру разрабатывается путевой лист для туриста, который помогает получить определенную информацию по стране пребывания. Также прописаны условия при покупке тура, чтобы предотвратить возможные конфликты.

Для продвижения международного туризма также признаются брошюры как один из способов рекламы для

иностранных посетителей. Здесь показывается высокий уровень профессионализма для иностранных путешественников, которых компания может принять. Туроператор «Интурист» издает несколько видов брошюр для рекламы своей компании и услуг.

Информационный буклет для клиентов представляет собой краткое руководство, содержащее информацию обо всех удобствах и услугах, о которых хотел бы знать любой путешественник и которые он не захочет пропустить, находясь в регионе.

Компания «Интурист» производит оплату рекламных объявлений и контроль за расходами. Для оплаты рекламной кампании в туристской фирме составляется смета расходов, которая связывает воедино три показателя:

- сумму рекламных ассигнований;
- объем рекламных мероприятий;
- тарифные ставки (или цены) на публикации в средствах рекламы или в рекламоносителях [1].

К нерекламным методам продвижения туристского продукта относятся:

1. Личная (личная) продажа.
2. Непосредственное распространение информации и работа с различными базами данных (формирование устойчивых клиентских баз, на основании которых заказчику отправляется информация о конкретных турах и т.д.).
3. Прямой маркетинг (телемаркетинг, рассылка, на которую можно подписаться на сайте).
4. Стимулирование продаж – скидки, бонусы при бронировании, низкая стоимость предоплаты при бронировании, бесплатное размещение детей.
5. Продвижение или организация связей с общественностью (различные собрания компании, встречи с партнерами) [2].

### ***Список источников и литературы***

1. Жуков, А.А. Технология и организация операторских и агентских услуг: учебник / А.А. Жуков, С.О. Дерябина – М.: Academia, 2012 г. (Дата обращения 05.10.2023)



2. Федько В.П. Учеб. Пособие: Основы маркетинга / В.П. Федько. – М.; Феникс, 2007 (Дата обращения 05.10.2023)

3. Интурист [Электронный ресурс] – URL: <https://intourist.ru/> (Дата обращения 05.10.2023)

4. Методы маркетингового продвижения туристского продукта [Электронный ресурс] – URL: [https://spravochnick.ru/marketing/metody\\_marketingovogo\\_prodvizheniya\\_turistskogo\\_produkta/](https://spravochnick.ru/marketing/metody_marketingovogo_prodvizheniya_turistskogo_produkta/) (Дата обращения 05.10.2023)

## **Инновационное развитие регионального туризма**

***Селиванова А.В.,***

*студент, направления подготовки 43.03.02 – «Туризм»*

*Тамбовский государственный университет*

*имени Г.Р. Державина, Тамбов*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Зобова Е.В.*

На данный момент инновационная деятельность считается важной частью в многих областях предпринимательства. Исключением не осталась и туристическая отрасль.

В туризме инновации помогают поднять сервисное обслуживание на более высокий уровень путем вывода на рынок новых идей, услуг и продуктов. Инновации в туристском продукте на уровне региона имеют очень важное значение. Сюда чаще всего относят: разработка инноваций, новых маршрутов или их усовершенствование, так же это новые виды туризма и использование цифровых технологий. Несмотря на то, что мы часто используем слово «инновация», общего значения у него до сих пор нет.

Ю.Н. Степанова и М.С. Лесникова отмечают, что «В наше время инновации – это не прихоть, а необходимость выживания, поддержания конкурентоспособности и дальнейшего процветания» [8].

По Д.В. Соколову, А.Б. Титову, М.М. Шабановой «под инновацией понимается конечный результат создания и развития новой или модифицированной инновации, отвечающий конкретным потребностям» [7].

М. Хучек рассматривает инновацию, как «внедрение чего-либо нового (вещи, новинки, реформы)» [10].

П.Н. Завлин, А.К. Казанцев, Л.Э. Миндели считают, что «инновация — это эксплуатация результатов интеллектуальной (научно-технической) деятельности в определенной сфере общества, направленная на улучшение процесса деятельности или ее результатов»[6].

По мнению Р.А. Фатхутдинова «Инновация – это конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получение экономического, социального, научно-технического эффекта»[9]. По мнению вышеперечисленных ученых, инновационная деятельность – это деятельность по созданию, использованию, освоению инноваций[11].

Вся сфера туристических и развлекательных услуг меняется за счет инноваций. Это видно в изменениях отдельных элементов и всей бизнес-системы в целом [5]. Кроме того, в увеличении стоимости туристской индустрии немаловажный пункт играют инновации. Потенциал инноваций тесно связан с ожидаемым доходом [4].

На развитие инновационной деятельности туристских организаций влияют различные факторы (рис. 1).

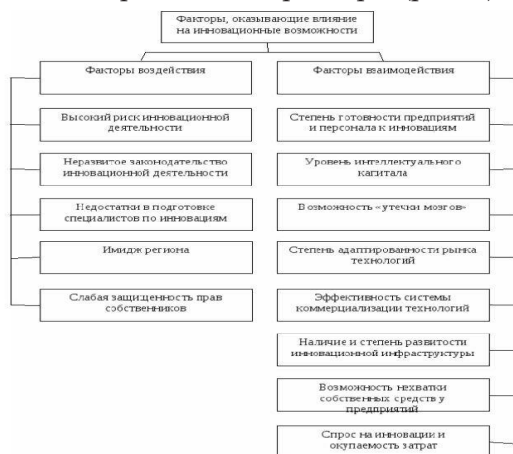


Рис. 1. Факторы, оказывающие влияние на процессы инноваций [9]

«На эти факторы влияет состояние внешней и внутренней среды, поэтому ее анализ при организации инновационной деятельности на туристском предприятии должен проводиться постоянно»[3].

Внедрение в туризм инноваций очень выгодно не только для бизнеса и рынка, но и, соответственно, для государства, которое принимает различные законы, постановления, выделяет гранды, субсидии для продвижения и дальнейшего развития всей туристической отрасли.

Таким образом, инновации в туризме – это сложный процесс, который включает в себя существенную подготовку в виде анализа рынка, потребностей потребителей, проработку идеи, путей её воплощения и непосредственное использование новинки в обслуживании туристов. Профессиональная работа с инновациями помогает правильно разработать стратегию внедрения новшества, чётко работать на каждом этапе его жизненного цикла, получить за это время как можно больше выгоды для турфирмы, и создать бренд, улучшить репутацию на рынке среди конкурентов и потребителей.

Регулирование туризма на территории Тамбовской области осуществляется на основании Федерального закона от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 28.12.2016 г.) и на основании Закона Тамбовской области «О туристской деятельности в Тамбовской области» (в редакции Закона Тамбовской области от 27.10.2022 г. № 178-З).

Потенциал развития анализируемой территории заключается в наличии широкого спектра упомянутых выше туристских ресурсов, которые необходимо развивать в дальнейшем.

В Тамбовской области в наибольшей степени идет развитие сельского (в том числе агротуризма), культурно-познавательного и детского туризма. За счет географического и климатического расположения Тамбовской области.

Среди регионов с самым высоким инновационным потенциалом Тамбовская область занимает пятнадцатое место. Рейтинг был составлен и издан агентством RAEX (РАЭКС-Аналитика – самое крупное рейтинговое агентство в России).

Таблица 1.

### Туристская специализация муниципальных образований Тамбовской области [1]

Направления туризма	Муниципальные образования
Культурно-познавательный туризм	характерен для всех муниципальных образований
Сельский и экологический туризм	Инжавинский, Тамбовский, Знаменский районы, а также в той или иной степени в других муниципальных районах области
Религиозный (паломнический туризм)	г. Тамбов, г. Моршанск, г. Мичуринск, Сосновский район
Деловой туризм	г. Тамбов и г. Мичуринск
Гастрономический туризм	г. Тамбов, г. Мичуринск, Сампурский, Уваровский, Бондарский районы
Событийный туризм	г. Тамбов, г. Мичуринск, г. Уварово, г. Рассказово; Уваровский, Мичуринский, Мучкапский, Тамбовский, Сосновский районы

Данные были взяты у Росстата и федеральных органов исполнительной власти, сообщила пресс-служба администрации Тамбовской области.

«Аналитики учитывали численность работников научно-исследовательских предприятий региона, финансовые затраты на их разработки, инновационную активность (патентные заявки и объемы передовых технологий). Стратегия развития Тамбовской области до 2035 года основана на научно-инновационном потенциале региона» [12].

Показатели инновационной активности Тамбовской области незначительно уступают средним показателям по Российской Федерации, Центральному федеральному округу и ряду соседних областей по объему отгруженных инновационных товаров, работ и услуг.

Туризм всегда совершенствуется, часто инициирует внедрение новых технологий, меняет методы, формы обслуживания.

Подводя итоги статьи, можно сказать, что Тамбовская область является одним из перспективных направлений для развития инноваций. Существует Стратегия по развитию туризма в этом регионе, над которой работают специалисты из администрации, главных университетов, турфирм области. Конечно, данный субъект России не является ведущей еди-

ницей в инновационном развитии туризма страны, но идёт постоянная работа по улучшению условий для продвижения, реализации различных новаторских продуктов в туристической индустрии.

### ***Список литературы и источников***

1. Распоряжение об утверждении концепция развития туризма на территории Тамбовской области до 2035 года // Администрация Тамбовской области. – URL: [https://dopobr.68edu.ru/wp-content/uploads/2020/09/Распоряжение-администрации-Тамбовской-области\\_176-р-от-10-04-2018.pdf](https://dopobr.68edu.ru/wp-content/uploads/2020/09/Распоряжение-администрации-Тамбовской-области_176-р-от-10-04-2018.pdf) (Дата обращения: 26.09.2023)

2. Закон Тамбовской области от 30 мая 2018 г. об утверждении «О Стратегии социально-экономического развития Тамбовской области» // Администрация Тамбовской области // <https://docs.cntd.ru/document/550113760> (Дата обращения: 28.09.2023)

3. Вартанова М.Л. Инновационная деятельность в туризме и ее государственное регулирование // Экономические отношения. – 2017. – Том 7. – № 2. – С.209-222.

4. Новичков Н.В., Новичкова А.В., Малыгина О.В. Инноватика туристического бизнеса в развитии экономики впечатлений // Сервис в России и за рубежом. 2018. Т. 12. Вып. 2. С. 6-19.

5. Новичкова А.В. Формирование модели корпоративной памяти в системе управления знаниями инновационных организаций: Автореферат диссертации кандидата экономических наук. М.: ГУУ, 2012.

6. Основы инновационного менеджмента: Теория и практика / Под ред. П. Завлина, А. Казанцева, Л. Миндели. – М.: Экономика, 2000.

7. Соколов Д.Д., Титов А.Б., Шабанова М.М. Предпосылки анализа и формирование инновационной политики. – СПб.: ГУЭФ, 1997.

8. Степанова Ю. Н., Лесникова М. С. Роль инноваций в современном развитии российского общества // Международный студенческий научный вестник. – 2017. – № 6.

9. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. / учебник для студентов вузов. – М.:, 2012. – 168 с.

10. Хучек, Мариан. Инновации на предприятиях и их внедрение: монография / М. Хучек. – М.: Луч, 1992. – 148 с.

11. Взгляды разных авторов на понятие «инновация» [Электронный ресурс] – URL: <https://studfile.net/preview/3837001/page:2/> (Дата обращения: 26.09.2023).

12. Тамбовская область в ТОП-20 регионов с максимальным инновационным потенциалом [Электронный ресурс] – URL: <https://tambov.er.ru/activity/news/tambovskaya-oblastv-top-20-regionov-s-maksimalnym-innovacionnym-potencialom> (Дата обращения: 26.09.2023)

## **Ландшафтные особенности искусственных водных объектов Тамбовской области**

***Котов Д.Р.,***

*студент направления подготовки 05.04.02 – География  
Институт естествознания «Тамбовский государственный  
университет имени Г.Р. Державина», Тамбов  
Научный руководитель: к.г.н., доцент **Абрамова Л.А.***

Искусственные водные объекты являются предметом изучения в как гидрологов, географов-ландшафтоведов и инженеров мелиораторов.

Гидрологи изучают пруды, как и естественные водоемы, анализируя их гидродинамический режим, гидрохимию и термические особенности, руководствуясь наработками лимнологии, так как озера являются природными аналогами прудов и водохранилищ.

С позиции географов - ландшафтоведов искусственные водные объекты являются антропогенными ландшафтами.

Ф.Н. Мильков в своих трудах, посвященных антропогенным ландшафтам, классифицирует пруды как класс водных объектов или аквальных ландшафтов, к которым он относит, пруды водохранилища, каналы [4].

Л.В. Дудник, рассматривая антропогенные ландшафты Окско-Донского плоскоместья определяет искусственные водные объекты, как класс водных антропогенных ландшафтов, разделяя их на 3 подкласса: мелководные, среднеглубинные и глубокие. Все пруды и водохранилища Тамбовской области она относит к мелководным [2].

Н.И. Ахтырцев в своих трудах дает классификацию в основу которой положен принцип оценки степени нарушенности ландшафтов и особенностей хода самого процесса антропогенизации и в своих работах относит пруды к антропогенным неоландшафтам, объектам, которые созданы человеком и существует при его полном управлении [1].

Большой вклад в изучении искусственных водных объектов внес ученый Воронежского государственного университета Мишон Виталий Михайлович, свою трудовую деятельность он начал в качестве инженера гидролога в Казахстане, затем был переведен на должность в Цимлянскую научно-исследовательскую гидрометеорологическую обсерваторию, где и возник у него интерес к искусственным водным объектам [5].

В своей статье «Регулирование местного стока и водные ресурсы водохранилищ центрального Черноземья» (2007) В. М. Мишон так характеризует искусственные водоемы Тамбовской области: «Из 2000 прудов Тамбовской области к мелководным 1323 пруда, к среднеглубоким 409, к глубоким – 243, к очень глубоким – 25»

В ТГУ имени Г.Р. Державина попытка изучения прудов как антропогенных комплексов, была предпринята Першиным А.В. [8], который в своих работах опирался на труды Мишона В.М. Он рассматривает историю создания искусственных водоемов в нашем регионе, делает попытки их классификации.

В мелиоративной географии водной мелиорации и созданию искусственных водоемов посвящены работы Аношко В.С., Дьяконова В.Н., Авакяна А.Б. и пр. В данном направлении пруды и водохранилища рассматривались как объекты, оптимизирующие окружающую среду в утилитарных целях [3].

Искусственные водоемы создавались на территории Тамбовской области с давних времен. Информации об этом сохранилось крайне мало, а по некоторым поселениям и вовсе отсутствует. Изредка можно встретить сведения о наличии в том или ином поселении искусственного водоёма из отчётов путешественников и исследователей. Вероятно, первые пруды создавались по мере заселения территории Тамбовской области и дальнейшего роста населения и водопотребления. Некоторые пруды, известны еще с XIX века. Так, например, до сих пор в селе Тулиновка сохранились Ближневаяляльный и Дальневаяляльный пруды на реке Мошляйка, созданные еще в начале XIX века. На многих реках были созданы сотни мельничных запруд.

Среди прудов, созданных до начала XX века, особое место занимали искусственные водоемы, построенные при помещичьих усадьбах, которые использовались не только для аккумуляции значительных объемов воды, но также для рыборазведения и отдыха членов семьи землевладельца и его гостей. Кроме того, данные пруды являлись своеобразным элементом ландшафтной архитектуры, зачастую составляя единое композиционное целое с барской усадьбой.

В конце XIX – начале XX веков, по мере развития промышленного производства, на территории Тамбовской области стали появляться пруды при промышленных предприятиях для тех производств, которые требовали больших объемов воды. Так, подобные пруды промышленного назначения, существовали при Моршанской суконной мануфактуре, принадлежавшей «Торговому Дому "Братьев М. и В. Асеевых"».

Активное создание дамб, плотин и прудов началось в XX веке в связи с возросшей потребностью водопотребления среди населения, для орошения сельскохозяйственных полей и созданием ферм по разведению различных аквакультур. Массовое и повсеместное сооружение прудов началось в 1940-х годах и достигло своего пика в 70-е годы XX века [18].

Почти все пруды в области построены после 1948 года. Поэтому у них еще не сформировались берега и прибрежно-водная растительность, заиление достигает 70-120 см (1-3 см



в год). Особенно мало ила на дне прудов, оконтуренных прибалочными лесополосами и системой илофильтров по водо-подводящим ложбинам.

В этот же период времени в Тамбовской области началось сооружение крупных антропогенных водоемов – водохранилищ. Так, в 1940-е годы началось строительство Шушпанского водохранилища в Староюрьевском районе, в 1975 году – Челнавского водохранилища, а в 1981 году – Котовского водохранилища. В настоящее время в области насчитывается 126 водохранилищ и около 895 прудов, в которых аккумулировано 567 млн. м<sup>3</sup> пресной воды, необходимой для различных отраслей хозяйства.

Наиболее распространены в хозяйствах области пруды – небольшие водоемы с объемом менее 1 млн. м<sup>3</sup>, созданные на временных водотоках для задержки местного стока в периоды половодий и паводков. В пределах Тамбовской области выделяют 3 основных типа прудов:

1) ложбинные и лощинные пруды, а также пруды-копани плакорного и междуречного недренированного типов местности;

2) балочные пруды склонового типа местности;

3) пруды пойменного типа местности.

Ложбинные и лощинные пруды имеют небольшие размеры - объем менее 100-200 тыс. м<sup>3</sup>, площадь менее 5-7 га, малую водосборную площадь – 5-10 км<sup>2</sup>. Они очень мелководны – максимальные глубины редко превышают 3-4 м, плотины на таких водоемах небольшие, зачастую глухие, без капитальных водосбросных сооружений. Часто ложбинные пруды летом могут осушаться при понижении уровня грунтовых вод. Но многие пруды, особенно на плоскоместном западе области, менее подвержены спаду уровня из-за стабильно высокого уровня грунтовых вод. Их берега топкие, они часто зарастают. К этому же типу относятся и пруды междуречного недренированного типа местности, расположенные в углубленных и обвалованных западинах, имеющие малые размеры и округлую форму. Пруды первого типа используются в основном для водопоя скота и местного орошения.

На территории Тамбовской области господствуют ложбинно-лощинные и балочные пруды площадью до 40-50 га, объемом воды до 1 млн. м<sup>3</sup>. Эти пруды узкие и длинные. Трапециевидный профиль балок определяет крутые берега прудов, плоское дно. Глубина прудов у плотины составляет 4-5 метров и меньше. Водосборная площадь лощинных прудов 4-10 км<sup>2</sup>, балочных 20-30 км<sup>2</sup>.

Большинство балочных прудов области имеют плоское дно, крутые суглинистые берега, а также малую ширину и глубину (2-3,5 м) при большой длине. У прудов много отвершков. В восточных районах области, где балки имеют V-образный профиль, средние глубины достаточно велики – до 4 м и более. Питание прудов в балках происходит за счет талых вод, на днищах многих прудов, особенно в западной части области, выклиниваются грунтовые воды. Балочные пруды используются более комплексно, чем ложбинные: наряду с орошением они выполняют функции водоснабжения сел, рыбозаповедения, рыболовства, рекреации, защиты от эрозии.

Пойменные пруды отличаются своеобразием в морфометрии, режиме, питании и использовании. Они сооружены в поймах средних и малых рек (Цна, Ворона, Челновая, Иловай, Морша, Бол. Липовица) путем углубления и обваловывания пойменных участков. В отличие от водоемов склонового типа местности они имеют большую площадь водного зеркала (до нескольких км<sup>2</sup>), округлую форму, плоское дно, небольшие глубины. Вода поступает в пойменные пруды по водоподводящим каналам, уровень водоемов постоянно регулируется, периодически они спускаются и очищаются. Предназначены эти пруды в основном для рыбозаповедения, что и определяет их вышеупомянутые особенности. Самые значительные водоемы относятся к рыбхозам «Кашма», «Бокино», «Карай», «Челнавский». Их суммарная площадь равна 18 км<sup>2</sup>, объем – 20,5 млн. м<sup>3</sup>.

В Тамбовской области на малых реках создано около 126 воохранилищ. В них сосредоточено более половины водоемов воды всех искусственных водоемов. Площадь водосбора воохранилищ составляет до 100 км<sup>2</sup> и более. Так, водосбор

Шушпанского водохранилища занимает 152 км<sup>2</sup>, а нового Котовского водохранилища на р. Лесной Тамбов – 1050 км<sup>2</sup>. Водохранилища области как правило имеют вытянутую форму с несколькими отвершками-заливами, довольно большую ширину водного зеркала (до 2 км у Котовского вдхр.).

Ландшафтная структура водохранилищ более сложная, чем у прудов, они представляют собой группу урочищ: урочища центрального глубоководья, урочища прибрежных мелководий, урочища заросших мелководий зоны выклинивания подпора, урочища заливов и т.д.

При создании водных комплексов значительно изменяются характер и интенсивность многих природных процессов, в первую очередь величины стока. Антропогенными водоемами задерживается на реках до 40-50% весеннего стока, на временных водотоках — почти все талые воды. Однако летний меженный сток из-за влияния водоемов на реках может уменьшаться за счет испарения и водопотребления. Балочные и ложбинные пруды положительно влияют на полноводность рек летом.

Искусственные водоемы активно вступают во взаимодействие со смежными ландшафтами, образуя с ними своеобразные парагенетические комплексы. Изменяется микроклимат соседних территорий: увеличивается продолжительность безморозного периода, повышается относительная влажность воздуха (летом на 10-15%, а в период засухи – на 20-30%) и т. д. Существенно повышается уровень грунтовых вод: близ прудов, в полосе шириной до нескольких сотен метров, это улучшает влагообеспеченность почв полей, лугов и лесопосадок; в низинах пойм может возникать или усиливаться заболоченность после создания крупных водохранилищ на реках, например, на Лесном Тамбове. В результате могут трансформироваться и растительные группировки, например, болотные ассоциации появляются на месте мезофильных лугов, широкое распространение получает водная растительность (рогоз, камыш, рдест, ряска и др.). После создания водоемов активно проявляется геоморфологический процесс формирования берегов. В результате абразии, оползней, обвалов изменяются

границы ландшафтов, образуются абразионные уступы, отмели, мысы, например, на Котовском водохранилище.

В свою очередь, сам водоем подвергается воздействию смежных ландшафтов и даже комплексов всего водосборного бассейна. При поступлении твердого стока и его аккумуляции в водоеме происходит заиление, снижающее «продолжительность жизни» водоема. Особенно интенсивно оно в районах усиленной эрозии (Инжавинский, Кирсановский, Сосновский районы). Некоторые пруды (в с. Верхнеспасское и др.) оказались полностью заилены за 20-30 лет. Прибрежные лесопосадки и система агротехнических приемов (вспашка по горизонталям и др.) значительно снижают заиление.

Крупные водохранилища, имеющие большую площадь акватории, затапливают зачастую ценные сельскохозяйственные угодья, леса.

Затопление лесов и кустарников, в свою очередь, отрицательно влияет на качество воды и животный мир водоемов. Разложение древесной растительности в Котовском и Кершинском водохранилищах неоднократно вызывало заморы рыбы.

Создание прудов и водохранилищ в Тамбовской области является одним из самых эффективных путей решения водной проблемы. В условиях Тамбовской области наиболее приемлемы для хозяйства и экологии пруды и малые водохранилища в сети временных водотоков, крупные русловые водохранилища могут негативно влиять на природные комплексы. Существующее количество искусственных водоемов вполне достаточно для нашей области. Главной целью должна стать оптимизация водных антропогенных комплексов и их взаимосвязей со смежными ландшафтами.

### ***Список литературы и источников***

1. Ахтырцев Б.П., Мильков Ф.Н., Ахтырцева Н.И. Калачская возвышенность (Опыт ландшафтно-типологической характеристики).[Текст]. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1972. – 180 с.
2. Дудник Л.В. Формирование и структура антропогенных ландшафтов.[Текст] Дудник Л.В. // Окско-Донское плодосомье. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1976. С.141-157.

3. Дьяконов К.Н., Аношко В.С. Мелиоративная география [Текст] К. Н. Дьяконов, В. С. Аношко М.: Изд-во МГУ, 1995. С. 254.

4. Мильков Ф.Н. Природа и ландшафты Притамбовья. [Текст] – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1986. – 225 с.

5. Мишон В.М. Функционально-генетическая классификация водохранилищ Центрального Черноземья). [Текст] / В.М. Мишон // Современные проблемы исследования водохранилищ. – Пермь : Пермский университет, 2003. – С. 13-16.

6. Першин А.В. Водные антропогенные ландшафты Тамбовской области. [Текст] А.В. Першин // Вестник Тамбовского государственного университета. Серия Естественные и технические науки. Т.6., вып.1, 2001. С. 110-113

## **Экологический туризм: разработка экологического маршрута по территории Тамбовской области**

***Торопчина В.Э.,***

*студент направления подготовки 43.03.01 – Сервис  
«Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина», Тамбов*

*Научный руководитель: к.п.н., доцент **С.Н. Морева***

В последние годы в результате высокого уровня роста городов (урбанизации) все более популярным становится, сельский туризм, иными словами его называют деревенский или фермерский. Туристы, выбирающие сельский туризм, знакомятся с сельской жизнью, наблюдают или принимают работу в аграрном труде, изучают флору и фауну данной местности, гуляют по местным окрестным достопримечательностям.

Сельский туризм (экотуризм) – новый тренд в современном мире. Подобный туризм позволит улучшить экономическое положение технологически отсталых, бедных сельских регионов.

Развитие экологического туризма повлечёт за собой:

1. Создание дополнительных рабочих мест в селе.
2. Стимулирование развития крестьянско-фермерских хозяйств.
3. Прекращение оттока молодого населения в города.
4. Увеличение доходов сельских жителей.

На данный момент Тамбовская область признаётся самым экологически чистым регионом страны на протяжении нескольких лет. Экономика области во многом опирается на сельское хозяйство, ввиду чего на территории, хороша развита инфраструктура в сельской местности, что облегчает развитие сельского туризма.

Развитие сельского туризма в Тамбовской области также поддерживается и на государственном уровне. Стратегия Главы Тамбовской области по развитию региона во многом сосредоточена вокруг развития сельского хозяйства и экологического туризма. М. Егоров (глава Тамбовской области) в 2023 году сделал заявление: «Тамбовская область – регион с высоким экологическим рейтингом. Необходимо укреплять эту позицию. Заботиться о сохранении уникального природного наследия области, обеспечении экологической безопасности населения. Состояние экологии в первую очередь зависит от работы на местах. И эта работа везде должна быть организована на "отлично"» [2].

Перспективным направлением работы является развитие экологического туризма, создание новых экологических троп к памятникам природы. В Тамбовской области в полном объеме выполняются показатели регионального проекта «Сохранение лесов» национального проекта «Экология». Леса занимают более 10% от общей площади региона. Планируется работа по переводу в лесной фонд новых территорий.

Таким образом, можно заключить, что Тамбовская область обладает значительными ресурсами для развития такой сферы как экологический туризм. Более того, в данный момент на уровне администрации области ведутся работы по развитию экологического туризма и привлечению дополнительных инвестиций в эти сферы. На данный момент, имея некоторые ре-

сурсные преимущества, поддержку со стороны администрации и Правительства РФ, Тамбовская область, развиваясь в правильном русле, имеет шансы стать преуспевающим туристическим регионом. Поэтому для проектирования экологических туров в Тамбовской области есть большие возможности в плане экологической обстановки и подходящих ландшафтов [3].

В целях развития экологического туризма, а также знакомства с историей, традицией и бытом Тамбовской области нами был разработан туристический маршрут по Инжавинскому. Разработанный нами маршрут был апробирован.

Нашей целью мы выбрали знакомство туристов с главными достопримечательностями посёлка Инжавино, а также с историческим наследием Инжавинского района. Протяжённость разработанного нами маршрута составляет 368 км с продолжительностью прохождения маршрута в течение трёх дней. Стоимость тура для одного человека по нашим подсчётам составила 18 тысяч 755 рублей, рекомендуемое количество человек в группе – от 10 до 12.

Маршрут первого дня заключается в прибытие в Инжавинский краеведческий музей с дальнейшим перемещением в туристический комплекс «Русская деревня» через Церковь Архангела Михаила. Инжавинский краеведческий музей создавался на народные средства в 70-е годы прошлого столетия. Краеведы Инжавинского района обратились к населению с просьбой о сборе краеведческого материала и создании районного краеведческого музея в р. п. Инжавино. Руководство района поддержало эту идею и проводят экскурсии, на которых можно узнать немало интересного.

В паре километров от посёлка городского типа Инжавино, в селе Терновое находится старейшая действующая церковь Инжавинского района: храм, освящённый во имя Архистратига Михаила Архангела. Первоначальным местоположением иконы был в храм в селе Карандеевка. Туристский комплекс «Русская деревня» находится в селе Карандеевка, чистые воздух и река Ворона, много солнца, низкая влажность и песчаные пляжи создают прекрасные условия для незабываемого отдыха взрослых и детей [1].

Маршрут второго дня включает в себя Усадьбу Чичериных, Спортивно-оздоровительный комплекс «Тамбовский Артек» и Инжавинский сосновый бор. Недалеко от райцентра расположено старинное село Караул. Уютное, тихое и благоустроенное. На территории села расположена усадьба Чичериных.

Швейцария – это сосновый бор наверху, и луг внизу, по которому петляет чистейшая река Ворона. Добраться туда легко на любом виде транспорта. Для этого необходимо проехать через Инжавино в сторону Уварово, пересечь мост через Ворону. Далее будет две деревни со звучными названиями Красивка и Хорошавка. В сентябре и в мае здесь собираются большие группы туристов с разных регионов Тамбовской области для проведения патриотических слетов и уроков по выживанию в лесу. Летом по берегам реки возле Швейцарии невозможно найти свободных мест, так как их бронируют уже в апреле. Лес славится различными видами деревьев, но больше всего здесь преобладают хвойные деревья. Село Караул примечателен не только старинной усадьбой Чичериных и его истории, но и уникальным спортивно-оздоровительным центром «Тамбовский Артек». Внушительных размеров двухэтажное здание лагеря на берегу реки Вороны построено по программе «Газпром–детям» и рассчитано на 200 человек.

Главная направленность лагеря – спортивно-оздоровительная, поэтому на территории в 11 гектаров размещены площадки для разных видов спорта. Кроме того, имеется веревочный городок, автогородок с электромобилями и картинг. Помимо спорта, в «Тамбовском Артеке» дети занимаются хореографией, посещают историко-культурный центр [4].

Маршрут заключительного третьего дня представляет собой путешествие через заповедные места Инжавино: Воронинский заповедник, Барская гора и Святой Ключевой источник.

Село Паревка было основано в самом начале XVIII века. Музей открыт 9 мая 1995 года, размещен в отдельном доме во дворе школы. Площадь — 50 кв. м. Фонды насчитывают 1851 экспонат, из них 1764 — подлинные, 18 — взяты на государственный учет. В центральной части экспозиции представлен фрагмент крестьянской избы с подлинным этногра-



фическим материалом. Это печь, старый деревянный стол, лавка, люлька, ткацкий стан, предметы крестьянской утвари, орудия труда, изделия народных промыслов, рукописные сборники народных преданий, песен, загадок, обрядов. Представлена коллекция праздничной и повседневной одежды. Среди наиболее интересных экспонатов старые издания книг, учебники, наглядные пособия, документы, награды, личные вещи учителей, аттестаты выпускников, материалы о земляках, проявивших себя в области науки, культуры, образования, медицины. Государственный природный заповедник «Воронинский» создан по решению Правительства Российской Федерации в 1994 году с целью «сохранения и изучения уникальных природных комплексов лесостепной зоны европейской части России, редких и исчезающих видов растений и животных». На территории Тамбовской области заповедник «Воронинский» – единственная особо охраняемая природная территория федерального уровня. Заповедник расположен в среднем течении реки Ворона на юго-востоке Окско-Донской равнины, площадь заповедника 10320 га. В границах заповедника находится жемчужина Тамбовской области – озеро Рамза, самое крупное озеро региона. Тамбовская область богата природными ресурсами, которые могут быть интересны для туристов, увлекающихся экологией. На основе природных богатств мы и предлагаем вам тур по Инжавинскому району.

### ***Список литературы и источников***

1. Морева С.Н., Иванова Е.Ю. Агротуризм как одно из перспективных направлений развития сельских территорий // Направления повышения стратегической конкурентоспособности аграрного сектора экономики: сборник материалов международной научно-практической конференции 19 октября 2018 г. отв. ред. А.А. Бурмистрова; М-во обр. и науки РФ, ФГБОУ ВО «Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина». – Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2018. С.287-294.

2. «Национальный экологический рейтинг» по итогам осени 2022 года [Электронный ресурс] – URL: <https://ecoportal.su/news/view/118520.html> (Дата обращения 06.09.2023)

3. Новости: Тамбовская область намерена развивать экотуризм [Электронный ресурс] – URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/88680/> (Дата обращения 07.09.2023)

4. Приключения и открытия в России. Лучшие места для экотуризма в России [Электронный ресурс] – URL: [https://www.russiadiscovery.ru/news/ecotourism\\_v\\_rossii/](https://www.russiadiscovery.ru/news/ecotourism_v_rossii/) (дата обращения 12.09.2023)

### **Специфика сервисной деятельности в регионе на примере анализа туристической фирмы ООО «Турбюро»**

***Бурлакова А.С.,***

*студент направления подготовки 43.03.01 – Сервис  
«Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина», Тамбов, Россия*

*Научный руководитель: д.э.н., профессор И.А. Кузнецов*

Жизнедеятельность каждого современного человека постоянно связана с потреблением различных типов товаров и услуг. Деятельность людей разделяется на производство товаров и предоставление услуг. Их создание, производство и распределение способствуют удовлетворению потребностей человека, а кроме того оказывает большое влияние на развитие экономики страны в целом.

В экономике нашего государства сферы услуг и производства товаров считаются взаимодополняющими секторами экономики. Одним из видов человеческой деятельности, направленной на удовлетворение потребностей людей посредством оказания услуг является сервисное обслуживание. Сервисная деятельность – это деятельность, направленная на удовлетворение индивидуальных потребностей человека с помощью предоставления товаров и услуг.

В нашей работе представлены результаты исследования региональной сервисной деятельности. Объектом исследования выступила туристическая фирма ООО «Турбюро». Она

была основана 20 января 2011 года. Основными видами деятельности организации является оказание туристических услуг по России и зарубежным странам [2].

Цель работы предприятия – получение прибыли и предоставление услуг на самом высоком уровне, чтобы каждый клиент хотел вернуться в данную организацию снова и снова.

Миссия компании – предлагать разнообразные типы досуга.

ООО «Турбюро» формирует региональные туристические услуги. С 2014 года эта компания считается официальным туристическим представителем интернационального марафона, который проходит каждый год. Важно отметить, что вместе с тем выполняет функции по поддержке визы, экскурсионному иногородних посетителей.

Согласно просьбе потребителя тур может быть сформирован по персональным предпочтениям.

Для рынка турпродуктов характерна большая конкуренция, среди которых, осуществляется непрерывная связь.

В фирме ООО «Турбюро» основными методами взаимодействия с клиентами являются: рассылки на электронную почту, размещение рекламы на сайтах, виртуальные экскурсии, ведение социальных сетей и собственного сайта. Одним из требований контакта с клиентом являются каналы взаимодействия, как онлайн, так и оффлайн. Эти каналы очень разнообразны и постоянно дополняются: мобильные приложения, умное телевидение, планшеты, стационарные компьютеры и ноутбуки. Возможность всех устройств постоянно обновляется и развиваются, элементы информационных технологий всё больше внедряется в повседневную жизнь клиентов.

Несмотря на то, что организация ООО «Турбюро» основывается на использовании цифровизации при взаимодействии с потребителями, также допускает ряд ошибок:

- 1) использование только цифровых технологий, при этом забыв о значимости традиционных методов взаимодействия;
- 2) на разных цифровых площадках используются схожие методы взаимодействия;

3) нарушение порядка использования технологий и стратегии организации.

Чтобы выстраивать наиболее прочных взаимоотношений с клиентами, ООО «Турбюро» может использовать такие методы как:

- точно определять потребности и запросы клиентов;
- индивидуализировать обслуживание на всех этапах взаимодействия;
- быстро и своевременно отслеживать удовлетворённость каждого потребителя;
- быстро реагировать на желания и обращения клиентов.

Для наиболее близкого взаимодействия заказчиков и исполнителей услуг можно использовать не только позиционирование и продажу услуг, но и дополнительный сервис, что должно повысить продажи и увеличить повторные обращения в фирму.

Одним из методов улучшения процесса обслуживания клиентов выступает разработка стандартов обслуживания потребителей, которые в свою очередь удовлетворяли бы современные требования обслуживания. Важно отметить, что разработанные стандарты должны содержать не только правила по качественному предоставлению услуг клиенту, но и правила взаимодействия специалистов к своей деятельности.

Клиенты обращают свое внимание на: внимательное обслуживание, приветливость персонала, уютную и гармоничную обстановку.

На основании этого, эксперт ООО «Турфирма» выполняет опрос потребителей. Этот ряд вопросов, который включает в себя мнение клиентов о данной услуге, что приглянулось покупателю в ходе обслуживания, что следует поменять в ходе обслуживания, может быть компании необходимо внести что-то новейшее и уникальное в своей работе. Результаты опроса могут помочь установить круг интересов, пожелания клиентов, а к тому же и степень удовлетворения обслуживанием работников этой туристической компании.

Заполнение анкеты – наиболее результативный способ, чем книга жалоб и предложений, где не каждый потребитель

сумеет написать позитивный или негативный запрос в адрес работника туристической фирмы

В конце анкетирования турфирма подводит итоги по результатам, которых выясняется, чем клиент был доволен в процессе предоставления услуги, и что ему понравилось меньше всего.

Имеется большое число маркетинговых методов для увеличения количества возвращений покупателей, к примеру, концепция бонусов, дисконтные карты, участие в клубе постоянных клиентов.

В некоторых случаях стремления удержать покупателей приводят к безвозвратной потере времени и денег. Например, некоторые турагентства берут за принцип поздравлять потребителей с Новым годом, и в таком случае в эту компанию поступает небольшая доля вторичных запросов на покупке новых турпоездов. Подобное проявление связано с тем, что при составлении поздравлений не учитывается определенная характеристика клиентов, такая как готовность к повторным запросам [1].

Таким образом, можно сделать вывод, сервисное обслуживание является неотъемлемой частью любой сферы деятельности. Оно представляет собой услуги, которые оказываются потребителям до и после приобретения той или иной услуги или же того или иного товара.

Обслуживанием является любая деятельность, которая совершается одной стороной в адрес другой, при этом не имея никакого отношения к материальному характеру.

### ***Список литературы и источников***

1. Бизнес-стат // Анализ рынка гостиничных услуг в России в 2018-2022 гг. [Электронный ресурс]. URL: <https://businessstat.ru/catalog/id1871/> (Дата обращения: 27.10.2023).

2. Туристическая фирма «Турбюро» [Электронный ресурс] – URL: [https://www.tambovorg.info/firm/ooo\\_turburo\\_1-5150.html](https://www.tambovorg.info/firm/ooo_turburo_1-5150.html) (Дата обращения: 27.10.2023)

*Научное издание*

**ГЕОЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ  
РОССИИ КАК КУЛЬТУРНОЕ  
И ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ НАСЛЕДИЕ**

**Сборник материалов Межрегиональной  
конференции (11 декабря 2023 г.)**

*Главный редактор*

Кузнецов Игорь Анатольевич

*Редактор*

Шевяков Александр Юрьевич

*Ответственный редактор*

Морева Светлана Николаевна

Печатается в авторской редакции  
Верстка И. А. Сайгановой

**ISBN 978-5-00078-772-4**



Подписано в печать 29.11.2023. Формат 60x84/16.  
Усл. печ. л. 7,32. Заказ 23288. Тираж 300 экз.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина»  
392000, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33  
Отпечатано в Издательском доме «Державинский»  
392008, г. Тамбов, ул. Советская, 190г