

СМОЛЕНСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



ТУРИЗМ И РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

Выпуск 7

СМОЛЕНСК
2014

УДК 338.448 + 379.8
ББК 75.81
Т 87

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Веденин Юрий Александрович,
доктор географических наук, профессор,
председатель Ученого совета
Российского научно-исследовательского института
культурного и природного наследия имени Д.С. Лихачева

Мироненко Николай Семенович,
доктор географических наук, профессор,
заведующий кафедрой географии мирового хозяйства
Московского государственного университета
имени М.В.Ломоносова

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Мажар Л.Ю. (ответственный редактор),
Машурова Е.А. (редактор перевода),
Ковалев Ю.П., Щербакова С.А.

*Печатается при финансовой поддержке
Администрации Смоленской области*

Т 87

ТУРИЗМ И РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ: сборник научных статей. Вып. 7. –
Смоленск: Универсум, 2014. – 172 с.

ISBN 978-5-91412-231-7

Сборник научных статей подготовлен на основе материалов, представленных на VII Международной научно-практической конференции «Туризм и региональное развитие», которая состоялась в Смоленске 3–4 октября 2014 г. на базе Смоленского гуманитарного университета. Включенные в сборник материалы отражают широкий круг интересов и разнообразие подходов к изучаемым проблемам. Вместе с тем, все статьи нацелены на теоретическое и прикладное исследование проблем развития туризма в странах и регионах мира, а также в Российской Федерации. По сложившейся традиции, редакционная коллегия стремилась сохранить оригинальность изложения материала и авторское видение проблем.

Сборник научных статей предназначен для исследователей и специалистов в сфере туризма, преподавателей учебных заведений, аспирантов, магистрантов, студентов и широкого круга лиц, изучающих проблемы развития туризма в странах и регионах.

© Смоленский гуманитарный университет, 2014
© Оформление. «Универсум», 2014

SMOLENSK UNIVERSITY FOR HUMANITIES



TOURISM AND REGIONAL DEVELOPMENT

JOURNAL

Issue 7

**SMOLENSK
2014**

УДК 338.448 + 379.8
ББК 75.81
Т 87

REVIEWERS:

Vedenin Yuriy Aleksandrovich,
Doctor of Geography, Professor
Head of the Russian Research Institute of Cultural
and Natural Heritage named after D.S. Likhachev

Mironenko Nikolay Semenovich,
Doctor of Geography, Professor
Head of the Chair of the world economy
Moscow State University named after M.V. Lomonosov

EDITORIAL BOARD:

Mazhar L. Yu. (chief editor)
Mashurova E.A. (translation editor)
Kovalev Yu.P., Shcherbakova S.A.

*Published with the financial support
of the Administration of the Smolensk Region*

T 87 **TOURISM AND REGIONAL DEVELOPMENT:** journal. Issue 7. – Smolensk:
Universum, 2014. – 172 p.

ISBN 978-5-91412-231-7

The journal includes the papers presented at the VII-th International theoretical and practical conference «Tourism and regional development», held at the Smolensk University for the Humanities on 3–4 October, 2014. The papers reflect a wide range of scientific interests and approaches to the existing issues. The materials provide theoretical research and practical application of tourism development effects in different regions of the world as well as in the Russian Federation. The editorial board preserved the author's vision of the problems and the originality of style.

This journal might be of interest to researches and specialists working in tourism, teachers, post graduate students, students and a wide circle of other specialists who study the problems of tourism and regional development.

Раздел 1
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ
ВОПРОСЫ
РЕКРЕАЦИИ
И ТУРИЗМА

Для справки: статьи, отредактированные Л.Ю. Мажар

Section 1
THEORETICAL ISSUES
OF RECREATION
AND TOURISM

Papers reviewed by L.Yu. Mazhar

АФАНАСЬЕВ О.Е.

Москва, Россия

ТРОЦЕНКО А.В.

Днепропетровск, Украина

ИНФОРМАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ СИСТЕМА ТУРИСТСКОЙ МАРКИРОВКИ ДЛЯ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Аннотация. Предлагается методика разработки единой информационно-ориентированной системы туристского маркирования (ИОСТМ) объектов городской среды для оперативного обеспечения туриста информацией, облегчения навигации и корректировки туристского поведения и мотивации. ИОСТМ включает базу данных туристских объектов, единую концепцию стиля маркировки, систему традиционных, аттрактивных, маршрутных пиктограмм и обозначений, а также QR-кодов, указателей, стендов и других информационных объектов, полиграфическую справочную продукцию, что в целом способствует развитию туристской деятельности.

Ключевые слова: туристская маркировка местности, информационно-ориентированная система туристской маркировки, городская туристская среда.

AFANASIEV O.E.

Moscow, Russia

TROTSENKO A.V.

Dnepropetrovsk, Ukraine

INFORMATION-BASED SYSTEM OF TOURIST MARKING FOR URBAN AREAS

Abstract. The article is devoted to the development of unified information-based system of tourist marking of industrial tourism infrastructure which provides touristic information, navigation and analysis of tourists' behavior and motivation. IOSTM includes a database of touristic infrastructure, the common style of city emblems and its symbols, the system of traditional, attractive routing icons and symbols, QR-codes, signs, stands and other information facilities, printing materials, covering the development of regional tourism.

Key words: tourist areas marking, information-oriented system of tourism marking, urban tourism environment.

Актуальность статьи обусловлена стремительным развитием туристской отрасли и ростом турпотока в Россию в целом и в отдельные ее регионы в частности. Знаменательным в этом аспекте явился 2013 г., по итогам которого, согласно отчету Всемирной туристской организации (ЮНВТО), Россия с показателем 28,4 млн посещений заняла 9-е место в перечне самых популярных у международных туристов стран [2]. В 2014 г. ожидаемо данная цифра будет выше. Одними из наиболее популярных дестинаций у посетителей России являются крупные и средние города центральной части страны, особенно входящих в знаменитое «Золотое Кольцо». Это требует четкой системы моделирования и управления туристской средой города, в частности через улучшение ее главных качеств. Любая среда должна быть комфортной для человека, а туристская среда должна быть, прежде всего, комфортной в информационном плане. Комфортность ориентирования в пространстве города обеспечивается научными методологическими принципами маркетинга мест (P. Kotler, D. Haider, I. Rein [1]). Как справедливо отмечает Н.А. Барабанова [3], разумное использование туристских ресурсов сопровождается информационным обменом между субъектами туризма, при этом информация выступает средством информационного обеспечения туристской деятельности, что переводит ее в класс экономических ресурсов и формирует особый их вид – «туристские информационные ресурсы». Осмысление природы и содержания информационных ресурсов, задействованных в ту-

ристской деятельности, нуждается в теоретико-методологических обобщениях. Обеспечить информационный комфорт гостей и жителей города могут научно обоснованные информационно-ориентированные системы туристской маркировки (ИОСТМ).

ИОСТМ – это комплекс структурированной визуальной (графической, картографической и иконографической), текстовой и звуковой информации, который направлен на ориентацию рядового туриста в городском пространстве, получения им сведений об особенностях и расположении туристских достопримечательностей и элементов туринфраструктуры, предупреждения о тех или иных особенностях городской среды, а также предназначенный для формирования единого информационно-туристского пространства города. Главная задача ИОСТМ – улучшение и управление навигацией туристов и жителей города с целью эффективного использования его пространственных ресурсов. Особенно актуальным это представляется именно для Центральной России, где структура туристского потока неравномерна как в разрезе регионов, так и в отношении отдельных дестинаций. При этом, рядовые туристы, как правило, пребывают в том или ином городе не долго, имеют стандартную туристскую мотивацию, связанную с определенными объектами туристского интереса, и зачастую не имеют возможности самостоятельно или в сопровождении экскурсовода ближе познакомиться с жизнью города и «открывать» для себя неизвестные объекты. Поэтому случаи, когда туристы не могут оперативно получить информацию о месторасположении конкретных объектов, их свойствах, теряются в традиционных буклетно-картографических путеводителях или попросту не видят достопримечательности, приводят к общему снижению привлекательности и размыванию туристского образа города.

Именно ИОСТМ призваны оптимизировать перемещение туристов в городской среде, акцентировать их внимание не только на ключевых достопримечательностях, но и предоставлять возможность получения информации о второстепенных или незначительных объектах туристского интереса, разгрузить основные туристские трассы за счет перенаправления туристов со специфической туристской мотивацией (например, прибывших с деловыми и познавательными-индустриальными целями).

Традиционные картосхемы и планы городов не помогают в современном обществе решать вопрос быстрой навигации туристов, ведь, как показывает практика, рядовой гражданин не всегда обладает навыками ориентирования на местности, «чтения» картографических произведений, интерпретации и сопоставления их с окружающим городским пространством.

Сегодня уже накоплен определенный опыт туристского маркирования как в мире, так и в России и странах СНГ. Существует отдельная система маркировки спортивного туризма, унифицированная система автодорожной ориентации, апробирована система маркировки в крупных туристских центрах и городах, принимающих событийных и спортивных туристов. Четко продуманную и стандартизированную маркировку туристской городской среды имеют практически все большие, средние, а часто – и малые города Европы. В России элементы ИОСТМ имеют Москва, Сочи, Тверь, Киров и многие другие города. Но подробный анализ отдельных проектов показывает, что большинству из них не удалось избежать стандартных ошибок. Важно также грамотно сочетать правила унифицированности знаков с условиями конкретной городской среды, имеющей собственную уникальную, неповторимую специфику [5]. Незыблемое правило ИОСТМ – разработка проектов туристского маркирования всегда должна осуществляться «под конкретный город» или туристский район. Так что вопрос создания ИОСТМ является весьма актуальной проблемой развития туристской отрасли городов России.

Установление места своего расположения, ознакомление с возможными направлениями движения, выбор маршрута для достижения конкретного объекта интереса, получение о нем полной информации – это основная потребность туриста во время ориентирования в тури-

стском пространстве нового, неизвестного города. Эффективно и оперативно удовлетворить эти потребности может только ИОСТМ.

Авторами статьи разработаны основные положения создания и функционирования ИОСТМ, которые были апробированы на примере города Днепропетровска, Украина.

Предлагаемая ИОСТМ опирается на широкий опыт маркировки туристских центров мира, но имеет инновационные конкурентные преимущества с учетом туристской специфики и потребностей городской среды. ИОСТМ включает в себя следующие элементы (подсистемы) (рис. 1).

1) Единая база данных объектов, подлежащих обязательной маркировке: объекты туристского интереса, средства размещения, питания, неотложной помощи, супермаркеты, бесплатные и платные туалеты и т.п. Создание такой базы данных позволит разработать четкую типологию объектов туристского пространства города в зависимости от их особенностей, стандартизации (для средств размещения и питания), осуществить учет объектов туристской индустрии города и провести их объективное ранжирование для разных групп туристов. База данных позволит оценить доступность информации о туристских объектах и решит вопрос отсутствия сведений об отдельных объектах. Такая база данных является основой эффективного функционирования всей ИОСТМ и может быть использована как специалистами в сфере туризма, так и жителями города.

2) Единая система маркировки предусматривает разработку концепции «фирменного» брендового стиля всех ее элементов, опирается на структуру базы данных, и включает традиционные и специальные знаки туристского маркирования. Традиционные знаки туристской инфраструктуры включают общепринятые в мировой практике системы обозначений заведений размещения, питания, автомобильных дорог и пр. Эта система требует существенного усовершенствования для среды отдельных городов с учетом особенностей конкретных туристских центров, их специфики и специализации, но при этом зачастую возникают проблемные вопросы, связанные с сохранением соответствия общепринятых в мире и Европе обозначений объектов инфраструктуры. Ведь введение принципиально новых обозначений традиционных объектов, наоборот, приведут к дезориентации туристов.

Специальные знаки (пиктограммы туристских достопримечательностей) идентифицируют объекты туристского интереса. Такие знаки создаются на основе типологии туристских объектов, осуществленной при составлении базы данных, и требуют комплексной системы дизайнерских мероприятий по преобразованию изображений внешнего вида объектов в пиктограммы – схематические, упрощенные знаки. При этом каждая пиктограмма должна быть уникальной и содержать главные черты изображаемого объекта, быть максимально упрощенной и пригодной для использования на различных носителях, и при этом оставаться узнаваемой при любом размере (пример преобразования изображения объекта в его пиктограмму приведен на рис. 2).

Рис. 1. Компоненты ИОСТМ городского пространства

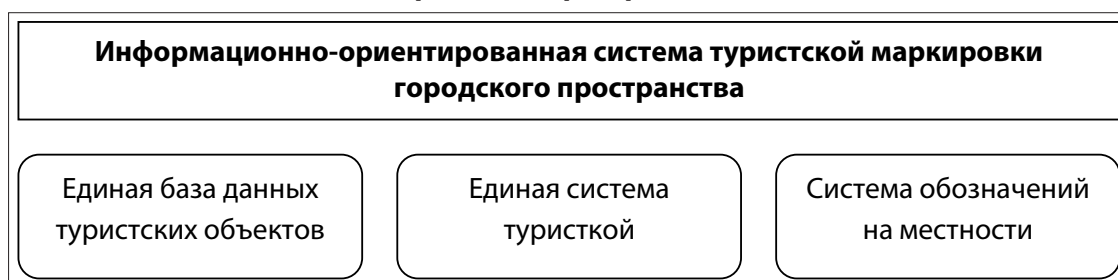


Рис. 2. Пример трансформации изображения оперного театра в его пиктограмму для туристской маркировки городского пространства [4]



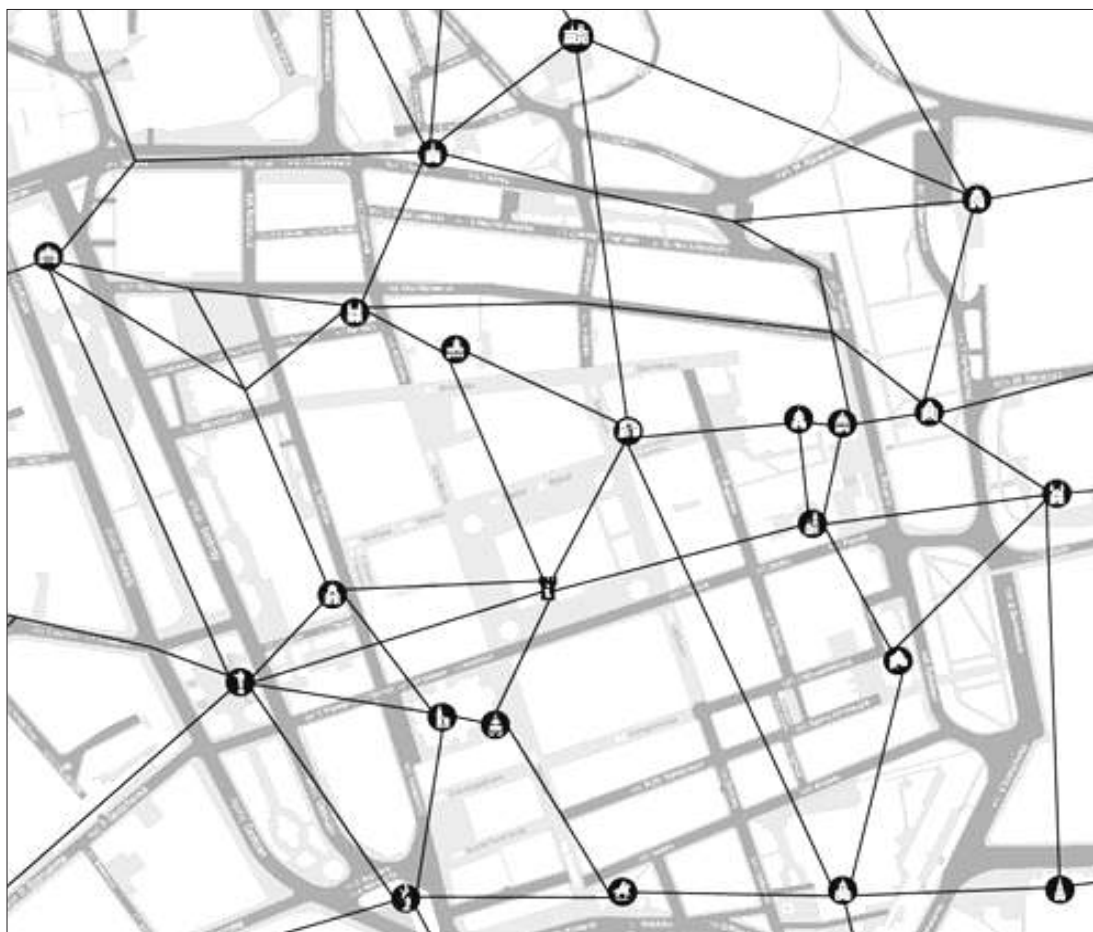
При этом классификационную принадлежность целесообразно обозначать цветом пиктограммы с учетом общепсихологических особенностей восприятия среды и ассоциаций (например, для индустриальных объектов – использование серого, бордового и коричневого цветов). Размер пиктограммы может отображать значимость и популярность объекта.

Создание единой системы туристской маркировки должно включать также маршрутные знаки, идентифицирующие общие и тематические городские маршруты. Маркируемый туристский маршрут в городской среде должен отвечать следующим требованиям: наличие уникальной темы и сюжета (во избежание однотипных по тематике маршрутов, перекрывающих друг друга), компактная конфигурация и оптимальная транспортная (пешеходная) доступность основных объектов показа, сочетание общих и тематических городских достопримечательностей во избежание информационного перекрытия на маршруте.

Немаловажным компонентом системы туристской маркировки сегодня является обеспечение объектов туристского интереса системами QR-маркировки – это отдельная составляющая системы туристского маркирования, уже практически ставшая обязательной составляющей во всех мировых центрах туризма, которой оснащены выдающиеся дестинации мира. Quick Response («Быстрый Отклик») – двухмерный штрих-код, предоставляющий информацию для быстрого распознавания мобильным устройством связи с помощью соответствующей программы на мобильном считывающем устройстве (планшете, смартфоне, телефоне). С помощью нанесенного на информационные стенды возле туристской аттракции QR-кода турист имеет возможность быстро и оперативно получить основную информацию об объекте. Информационными стендами с QR-кодами можно оснастить любые туристские аттракции – это позволит туристам без экскурсовода или работника турагентства самостоятельно и оперативно получать информацию, сохраняя при этом возможность непосредственного «общения» с достопримечательностью.

3) Система маркировки на местности – важный элемент ИОСТМ, который предусматривает непосредственную демаркацию объектов с помощью разработанной единой системы. Она включает разработку дизайнов информационных объектов различного назначения, размера и веса, а также определение мест их установки. Информационные объекты делятся на: информационные стенды (базовый информационный пункт), идентификационные таблицы объектов, указатели, демаркационные маршрутные знаки. Проектирование системы маркировки и создания информационных объектов предполагает соблюдение основных требований: а) единый стиль, простота оформления, считывания, распознавания, сопоставления; б) информационная насыщенность, логичность; в) наглядность (распознаваемость при различных масштабах, различными группами людей, в том числе с недостатками зрения); г) унифицированность (соответствие традиционных изображений объектов туристской инфраструктуры общепринятым в мировом туризме); д) эстетичность оформления (красивый вид информационных объектов усиливает восприятие и способствует лучшему запоминанию информации о них); е) тактичность и корректность передаваемой информации; ж) экономичность (невысокая стоимость при небольших тиражах), долговечность; и) возможность совершенствования и дополнения.

Рис. 3. Пример граф-схемы для расчета мест установки информационных стендов в г. Львов, Украина [4]



Пример оформления информационного стенда из серии, разработанной авторами статьи в рамках проекта маркировки городской среды г. Днепропетровска представлен на рис. 4.

Для каждого отдельного вида информационных объектов необходим индивидуальный расчет места их установки. Для определения мест расположения информационных стендов, которые несут наибольшую информационную нагрузку, рекомендуется использовать методы графов, что позволит на основе анализа направлений и объемов туристских потоков определить туристские узлы и пункты, где и будут установлены информационные объекты. Установка объектов также зависит от психологических особенностей восприятия информации (с учетом направления движения туристов и особенностей окружающей среды). Для этого необходимо разработать граф-схему направления туристских потоков и определить главные направления восприятия среды. Информационные стенды устанавливаются в точках принятия решений и помогают человеку сориентироваться, скорректировать свой маршрут, получить оперативную информацию об объектах туристской среды. Правильная установка стендов обеспечивает своевременность предоставляемой информации, ее целесообразность и эффективность. Пример разработки граф-схемы представлен на рис. 3.

Визуально-интерактивная и полиграфическая составляющая ИОСТМ предусматривает визуализацию городского туристского пространства посредством создания карт, картосхем, туристских буклетов, где также необходимо использовать унифицированную для городского пространства систему туристского маркирования. Учитывая быстрое информационное развитие общества, в будущем подобные модели мероприятия могут стать основой для создания ГИС туристского пространства городской среды.

Рис. 4. Информационный стенд из проекта системы ИОСТМ г. Днепрпетровска

СЕМАНТИКА ЗНАКОВО-ОБРАЗНОГО СОДЕРЖАНИЯ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ СТЕНДОВ ДЛЯ ГОРОДА ДНЕПРОПЕТРОВСКА



Таким образом, единая база данных с системой маркировки позволит эффективно использовать туристские ресурсы путем основательного и всестороннего изучения, анализа и оценки туристского ресурсного потенциала городской территории; усилить внимание к объектам, не имеют охранного статуса, улучшить состояние объектов, которые сегодня не вовлечены в туристско-экскурсионную сферу. К тому же, ИОСТМ позволит идентифицировать на местности т.н. ассоциативные ландшафты, которые территориально не выражены – места событий, пребывания выдающихся личностей и т.д., что значительно расширит ресурсную базу туризма.

Учет и детальная классификация объектов позволит создать качественную базу туристской маркировки города, обеспечит опознание различных категорий объектов даже неопытными туристами благодаря своей ассоциативности, при этом турист не будет тратить время на узнавание и определение смысла пиктограммы, т.к. в каждом элементе ИОСТМ будет максимально сохранена концепция цветового и символического бренда города, где внедряется маркировка. Это способно положительно повлиять на туристский образ, и таким образом усилить внимание к городу со стороны туристов.

ИОСТМ обеспечивает информационный комфорт, рациональную организацию рекреационного времени туриста, увеличение информативности его досуга. Это позволит привлечь в город туристов разных возрастных, мотивационных и профессиональных категорий, задерживать в городе транзитных туристов, гостей с нетуристской мотивацией, а также заинтересовать жителей города собственными достопримечательностями. ИОСТМ городского пространства позволит корректировать туристское поведение гостей и жителей города, направлять их на определенные туристские аттракции и изменять объекты туристского интереса, разгружать перенасыщенные туристские трассы и объекты и увеличивать поток в перспективных направлениях. Благодаря маркировке возможно избежать дезориентации туристов, непосещения ими желаемых объектов, негативных впечатлений (а впечатление является главной особенностью туристской услуги) и несчастных случаев, вызванных отсутствием у туриста оперативной информации об определенных объектах (например, неотложной помощи).

ИОСТМ способна существенно помочь работникам туристско-экскурсионной сферы различных уровней в проведении экскурсий, прогулок, фестивалей и т.д. ИОСТМ может дополнять, а в отдельных случаях и заменять консультационную и организаторскую деятельность туристских предприятий в случаях резкого увеличения туристского потока и нехватки квалифицированных туристских кадров (например, во время спортивных событий, фестивалей, научных мероприятий и пр.).

В целом наличие туристской маркировки является показателем уровня культуры в туризме, проявлением заботы о туристском потенциале города.

ЛИТЕРАТУРА

1. Kotler P. *Marketing places: attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations* / Philip Kotler; Donald H. Haider; Irving. Rein. – NY: A Division of Simon & Schuster, 1993. – 390 p.
2. *UNWTO Tourism Highlights 2014 Edition*. – Madrid: UNWTO, 2014. – 16 p.
3. Барабанова Н.А. Информационно-библиографическое обеспечение туристской деятельности: Дисс. ... канд. пед. наук: 05.25.03. – Самара, 2010. – 213 с.
4. Нагірний П. Туристичне ознакування Львова: вказівники на об'єкти туристичного інтересу: Електронний ресурс. Режим доступа: <http://misto-lviv.livejournal.com/1213134.html>.
5. Скляревский И. Опыт городской навигации в Киеве: Зимний интенсив по городскому дизайну в Британской высшей школе дизайна. – М., 2014. – 38 с.

Содержание

Предисловие	5
-------------------	---

Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА

АЛЕКСАНДРОВА А.Ю. Статистика как индикатор развития современного туризма	11
АФАНАСЬЕВ О.Е., ТРОЦЕНКО А.В. Информационно-ориентированная система туристской маркировки для городских территорий	18
ВАТЛИНА Т.В. Значение медико-санитарных факторов в развитии туристской деятельности	25
ДУНЕЦ А.Н. Регионоведческие исследования туристского пространства: теоретические и методические аспекты	29
ЕРМАКОВА Ж.А., ПОЛЯКОВА И.Л. Классификация туристско-рекреационных комплексов	32
ЕРМАКОВА Ж.А., ХОЛОДИЛИНА Ю.Е. Особенности научного туризма как самостоятельного вида туризма	36
ЗЯТЬКОВА А.В. Туризм как фактор развития сельского расселения	41
КАРАНЕВСКИЙ П.И. Туризм и экология: возможности гармоничного сочетания	44
КАТРОВСКИЙ А.П., СЕРГУТИНА С.А. Географические границы и туризм	49
КОВАЛЕВ Ю.П. Особенности создания концепции формирования локальных туристских кластеров	54

Contents

Foreword	7
----------------	---

Section 1. THEORETICAL ISSUES OF RECREATION AND TOURISM

ALEKSANDROVA A.Yu. Statistics as an indicator of modern tourism development	11
AFANASIEV O.E., TROTSENKO A.V. Information-based system of tourist marking for urban areas	18
VATLINA T.V. Significance of the health factors in the touristic activities	25
DUNETS A.N. Regional research of touristic space: theoretical and practical aspects	29
YERMAKOVA ZH.A., POLYAKOVA I.L. Classification of touristic and recreational complex	32
YERMAKOVA ZH.A., HOLODILINA Y.E. Features of scientific tourism as independent type of tourism	36
ZYATKOVA A.V. Tourism as a factor of development of rural settlement	41
KARANEVSKIY P.I. Tourism and ecology: perspectives of the harmonious combination	44
KATROVSKY A.P., SERGUTINA S.A. Geographic boundaries and tourism	49
KOVALEV Y.P. The concept of the local tourism clusters: features of creation	54

ТУРИЗМ И РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

Сборник научных статей

Выпуск 7

Подписано в печать 00.11.2014 г. Формат 60x90 ¹/₈.
Печать офсетная. Бумага офсетная. Гарнитура Times.
Печ. л. 10,75. Тираж 100 экз.

Отпечатано в типографии ООО «Универсум»
214014, г. Смоленск, ул. Герцена, 2
Тел./факс: (4812) 64-70-49
E-mail: uni@shu.ru