

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ И ИХ ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

Р.М. Иванова, К.С. Луткин

Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина
(Елец, Россия)

***Аннотация.** Актуальность и цели. Для России, уверенно вышедшей на международный туристский рынок, условия глобальной конкуренции требуют повышения конкурентоспособности национальной туристской индустрии. В такой ситуации, недостаток конкурентоспособных туристских маршрутов в стране является одним из важнейших факторов, сдерживающих реализацию туристского потенциала России. В связи с этим, Правительством РФ было принято Постановление «Об утверждении Правил определения национальных туристских маршрутов» [3]. Цель работы – выяснить сущность термина «национальный туристский маршрут», его истоки и типологические особенности.*

***Материалы и методы.** Реализация исследовательских задач была достигнута на основе изучения нормативно-правовых актов РФ в сфере туризма и анализа предложений рынка национальных туристских маршрутов. Методология исследования основана на методах изучения и анализа документации, а также на методе типологии.*

***Результаты.** Выявлено, что термин «национальный туристский маршрут» должен заменить собой термин «брендовый туристский маршрут». Исходя из этого, а также из информации нормативно-правовых актов РФ, делается вывод о схожести типологических особенностей. Выявляется еще одна типологическая особенность, связанная с анализом предложений на рынке национальных туристских маршрутов.*

***Выводы.** Период распространения коронавирусной инфекции COVID-19, сопровождающейся временной приостановкой авиасообщения с большинством зарубежных стран, пользующихся спросом у российских туристов, открыл новые возможности для развития внутреннего туризма. По плану реализации Стратегии развития туризма, к 2035 году должно быть достигнуто увеличение более чем в 2 раза количества внутренних туристских поездок на одного жителя РФ. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Положения о порядке определения национальных туристских маршрутов» создает новую нишу, которую могут занять туристские организации, представившие свои проекты национальных туристских маршрутов.*

***Ключевые слова:** въездной туризм, внутренний туризм, туристский маршрут, национальный туристский маршрут, брендовый туристский маршрут, типологические особенности.*

NATIONAL TOURIST ROUTES AND THEIR TYPOLOGICAL FEATURES

R.M. Ivanova, K.S. Lutkin

Bunin Yelets State University
(Yelets, Russia)

***Abstract.** Relevance and goals. For Russia, which has confidently entered the international tourism market, the conditions of global competition require an increase in the competitiveness of*

the national tourism industry. In such a situation, the lack of competitive tourist routes in the country is one of the most important factors hindering the realization of Russia's tourism potential. In this regard, the Government of the Russian Federation adopted a Resolution «On approval of the Rules for determining national tourist routes» [3]. The purpose of the work is to find out the essence of the term "national tourist route", its origins and typological features.

Materials and methods. The implementation of the research tasks was achieved on the basis of the study of the regulatory legal acts of the Russian Federation in the field of tourism and the analysis of the proposals of the market of national tourist routes. The research methodology is based on the methods of studying and analyzing documentation, as well as on the method of typology.

Results. It is revealed that the term «national tourist route» should replace the term "branded tourist route". Proceeding from this, as well as from the information of the regulatory legal acts of the Russian Federation, a conclusion is drawn about the similarity of typological features. However, another typological feature associated with the analysis of offers on the market of national tourist routes is revealed.

Conclusions. The period of the spread of the COVID-19 coronavirus infection, accompanied by the temporary suspension of flights with the majority of foreign countries in demand among Russian tourists, has opened up new opportunities for the development of domestic tourism. According to the Strategy implementation plan, by 2035, an increase of more than 2 times the number of domestic tourist trips per resident of the Russian Federation should be achieved. The Decree of the Government of the Russian Federation "On approval of the Regulations on the procedure for determining national tourist routes" creates a new niche that can be occupied by tourist organizations that have submitted their projects of national tourist routes.

Keyword: *inbound tourism, domestic tourism, tourist route, national tourist route, branded tourist route, typological features.*

Туризму, как перспективному направлению укрепления экономики, уделяется должное внимание практически в каждом государстве и политические действия в сфере туризма направлены на всемерное содействие росту внутреннего и въездного туризма. Причиной этого в основном является экономический эффект туризма.

Для России, уверенно вышедшей на международный туристский рынок, условия глобальной конкуренции требует повышения конкурентоспособности национальной туристской индустрии. В такой ситуации, недостаток конкурентоспособных туристских маршрутов в стране является одним из важнейших факторов, сдерживающих реализацию туристского потенциала России. Туристский маршрут, согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» – это путь следования туристов (экскурсантов), включающий в себя посещение и (или) использование туристских ресурсов [5]. Кроме того, в данный закон были внесены изменения Федеральным законом от 20 апреля 2021 г. № 93-ФЗ [6]. В частности, введен термин «национальный туристский маршрут» – это такой маршрут, который имеет особое значение для развития внутреннего и въездного туризма. Уточнено, что определять национальные маршруты будет Ростуризм, но делать это он должен в соответствии с утвержденным Правительством РФ порядком, то есть, согласно с Постановлением Правительства РФ «Об утверждении Правил определения национальных туристских маршрутов» [3].

Актуальность предпринятого исследования в том, что нами определяется понимание сущности национальных туристских маршрутов, их представление с точки зрения как законодательства, так и туристской сферы. Это в дальнейшем может способствовать созданию конкурентоспособного туристского продукта Российской Федерации, что, в свою очередь, внесёт вклад в комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в РФ. Это одна из основных целей Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [4].

Национальные туристские маршруты – тема совершенно новая. А потому не имеющая пока исследовательских работ данного направления. Однако есть работа, в которой рассматриваются предшественники национальных туристских маршрутов – брендовые маршруты. В научной работе Харламова С.В. «Брендовые туристские маршруты внутриконтинентального региона» анализирует формирование брендовых туристских маршрутов в Алтайском крае [8]. Также в 2016 году Семерковой Л.Н. и Зинченко С.В. Была представлена работа «Проектирование туристских маршрутов как направление повышения конкурентоспособности национальной туристской индустрии», в которой авторы приходят к выводу, что разработка конкурентоспособных туристских маршрутов, собирающих воедино все имеющиеся в стране факторы, средства и технологии производства – является актуальным решением. Делать это рекомендуется при использовании механизма государственно-частного партнерства, то есть через создание национальных маршрутов [7].

Национальный туристский маршрут – термин, введенный Федеральным законом от 20 апреля 2021 г. № 93-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [21]. Согласно данному закону, национальный туристский маршрут – туристский маршрут, имеющий особое значение для развития внутреннего туризма и въездного туризма и определяемый уполномоченным федеральным органом исполнительной власти в соответствии с порядком, установленным Правительством Российской Федерации.

Раньше маршруты подобного типа назывались «брендовыми» маршрутами регионов. Такое явление, как брендовый маршрут – результат реализации проекта по импортозамещению, инициированного Ассоциацией туроператоров (АТОР). Именно по инициативе данной организации в 2015 году при Министерстве культуры РФ был создан Комитет по импортозамещению [1]. В Методическом руководстве «По формированию конкурентоспособных туристских маршрутов в России, рассчитанных на широкую аудиторию российских и зарубежных потребителей», представленном Комитетом по импортозамещению при Министерстве культуры РФ в 2016 году, приводится определение брендового маршрута.

Брендовый маршрут – маршрут, отличительными характеристиками которого являются: узнаваемость, круглогодичность/сезонность, регулярность, целостность, соответствие стандартам РФ по предоставлению туристических и иных услуг, входящих в туристический продукт. Маршрут должен быть утвержден как брендовый федеральным органом исполнительной власти в сфере туризма [2]. Ранее термин «брендовый маршрут» носил исключительно внутриведомственный характер. Однако в связи с изменениями в законе «брендовые маршруты» сменили статус на «национальные туристские маршруты». Именно данный термин был обозначен в постановлении правительства, которым были внесены изменения в положение о Ростуризме [1].

Исходя из вышеизложенного можно прийти к выводу, что национальные туристские маршруты имеют схожие типологические особенности с брендовыми маршрутами.

Следовательно, типологическими особенностями национальных туристских маршрутов являются:

1) Количество задействованных в маршруте субъектов Российской Федерации, по которым национальные маршруты подразделяются на региональные (проходящие по территории одного субъекта федерации) и межрегиональные (проходящие по территории двух и более субъектов федерации).

2) Территориально-пространственная конфигурация, по которой маршруты делятся на линейные, кольцевые, радиальные и комбинированные.

3) Тематическая направленность, по которой маршруты делят на:

- культурно-познавательные;
- сельские;

- экологические;
- гастрономические;
- промышленные;
- научные и т.д.

4) Национальный туристский маршрут должен быть организован таким образом, чтобы турист должен иметь возможность самостоятельно определять продолжительность и скорость прохождения национального туристского маршрута. Также он должен иметь возможность присоединиться к турмаршруту на любом этапе.

5) Целевая аудитория может состоять из российских и/или иностранных граждан, в том числе детей, школьников, студентов, лиц, достигших совершеннолетия, семей с детьми, людей старшего возраста. Программа конкретного тура должна быть ориентирована на удовлетворение потребностей целевой аудитории, с учётом их возможностей.

Раньше национальные маршруты рассматривались «наследником» Комитета по импортозамещению – Экспертным советом по внутреннему и въездному туризму при Ростуризме, куда входят представители туроператоров [1]. Однако сейчас, в связи с упразднением Ростуризма и переходом туристской отрасли в ведение Минэкономразвития неизвестно, какой орган будет заниматься рассмотрением и принятием национальных туристских маршрутов.

Изначально брендовые маршруты рассматривались в основном, как способ продвижения турпродукта на внутреннем рынке, ведь в требованиях к брендовым маршрутам, как одно из основных условий, указывалась узнаваемость, но не указывался диапазон представления информации.

Национальные же маршруты должны вносить в клад в развитие внутреннего и въездного туризма. Информация о таких маршрутах должна быть представлена в том числе и в иностранных СМИ. Национальный маршрут может представлять какой-либо известный бренд, для ускорения процесса узнаваемости. Ровно, как и брендовый маршрут может претендовать на звание национального, при условии выполнения всех критериев, представленных в Постановлении [3]. Можно сказать, что принадлежность национального маршрута к какому-либо бренду, или же его обособленность – это еще одна типологическая особенность.

На основе этого можно сделать вывод, что с введением понятия национальный туристский маршрут понятие брендовый туристский маршрут не исчезло. Был сформирован, так сказать, второй вектор для развития внутреннего и въездного туризма. Если изучить и сравнить требования к брендовому маршруту с требованиями к национальным маршрутам, можно прийти к выводу, что брендовый маршрут создать проще, чем национальный. Также можно предположить, что появление нового национального маршрута может, рано или поздно, привести к созданию нового бренда и брендовых маршрутов под его эгидой.

Список источников

1. Бирюкова А. Правительство обозначило требования к национальным туристическим маршрутам / А. Бирюкова // Вестник АТОР. – 2021. – 7 декабря. // Ассоциация Туроператоров: [интернет портал]. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/57974.html> (дата обращения: 30.12.2021)

2. Методическое руководство по формированию конкурентоспособных туристских маршрутов в России, рассчитанных на широкую аудиторию российских и зарубежных потребителей. URL: <https://turizmrm.ru/10-07-06-2017.pdf>.

3. Правительство Российской Федерации. Постановления. Об утверждении Правил определения национальных туристских маршрутов : Постановление от 29 ноября 2021 г. № 2086: подписан Председателем Правительства Российской Федерации М. Мишустиним 29.11.2021 года. – Москва: Официальный интернет-портал правовой информации

4. Правительство Российской Федерации. Распоряжения. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года : Распоряжение от 20 сентября 2019 г. № 2129-р : подписан Председателем Правительства Российской Федерации Д. Медведевым 20.09.2019 года : Москва: СПС Консультант.

5. Российская Федерация. Законы. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон № 132-ФЗ: принят Государственной думой 04.10.1996 года: одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 года. – Москва: СПС Консультант

6. Российская Федерация. Законы. О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в части правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников: Федеральный закон от 20 апреля 2021 г. N 93-ФЗ: Принят Государственной Думой 07.04.2021 года: Одобрен Советом Федерации 14.04.2021 года – Москва: СПС Гарант

7. Семеркова Л. Н., Зинченко С. В. Проектирование туристских маршрутов как направление повышения конкурентоспособности национальной туристской индустрии / Л. Н. Семеркова, С. В. Зинченко // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. – 2016. – №3 (39) – Киберленка [интернет портал]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proektirovanie-turistskih-marshrutov-kak-napravlenie-povysheniya-konkurentosposobnosti-natsionalnoy-turistskoy-industrii> (дата обращения: 15.01.2022).

8. Харламов С. В. Брендные туристские маршруты внутриконтинентального региона / С. В. Харламов // Известия АО РГО – 2013 - №1 (34) - Киберленка [интернет портал]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brendovye-turistskie-marshruty-vnutrikontinentalnogo-regiona> (дата обращения: 15.01.2022).

References

1. Biryukova A. The government outlined the requirements for national tourist routes / A. Biryukova // Vestnik ATOR. - 2021. - December 7. // Association of Tour Operators: [Internet portal]. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/57974.html> (date of access: 12/30/2021)

2. Methodological guide to the formation of competitive tourist routes in Russia, designed for a wide audience of Russian and foreign consumers. URL: <https://turizmrn.ru/10-07-06-2017.pdf>.

3. Government of the Russian Federation. Decrees. On approval of the Rules for determining national tourist routes: Decree of November 29, 2021 No. 2086: signed by the Chairman of the Government of the Russian Federation M. Mishustin on November 29, 2021. – Moscow: Official Internet portal of legal information

4. Government of the Russian Federation. Orders. Strategy for the development of tourism in the Russian Federation for the period up to 2035: Order dated September 20, 2019 No. 2129-r: signed by the Chairman of the Government of the Russian Federation D. Medvedev on September 20, 2019: Moscow: SPS Consultant

5. Russian Federation. The laws. On the basics of tourism activities in the Russian Federation: Federal Law No. 132-FZ: adopted by the State Duma on 10/04/1996: approved by the Federation Council on November 14, 1996. – Moscow: SPS Consultant

6. Russian Federation. The laws. On amendments to the Federal Law "On the Fundamentals of Tourism in the Russian Federation" in terms of the legal regulation of the activities of tour guides (guides), guide-interpreters and instructor-guides: Federal Law of April 20, 2021 N 93-FZ: Adopted by the State Duma on 07.04 .2021: Approved by the Federation Council on April 14, 2021 - Moscow: SPS Garant.

7. Semerkova L. N., Zinchenko S. V. Designing tourist routes as a direction for increasing the competitiveness of the national tourism industry / L. N. Semerkova, S. V. Zinchenko // Izvestiya VUZov. Volga region. Social Sciences. - 2016. - No. 3 (39) - Cyberleninka [Internet portal]. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/proektirovanie-turistskih-marshrutov-kak-napravlenie-povysheniya-konkurentosposobnosti-natsionalnoy-turistskoy-industrii> (date of access: 01/15/2022).

8. Kharlamov S. V. Brand tourist routes of the inland region / S. V. Kharlamov // Izvestiya AO RGS - 2013 - No. 1 (34) - Cyberleninka [Internet portal]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brendovye-turistskie-marshruty-vnutrikontinentalnogo-regiona> (date of access: 01/15/2022).