

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

А.Ю. Шевяков, Я.А. Куликова, А.А. Павлова

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина
(Тамбов, Россия)

***Аннотация.** В данной статье рассматриваются теоретические основы развития культурно-познавательного туризма. Туризм также является таким направлением деятельности, в котором сосредоточен колоссальный потенциал с точки зрения регионального экономического развития, и обусловлено это в первую очередь необходимостью и возможностью привлечения дополнительных инвестиций в региональную экономику. Туризм уже долгий период времени рассматривается гражданами нашей страны как один из ключевых видов отдыха. Культурно-познавательный туризм способствует существенному духовному обогащению, расширению кругозора и формированию гармонично развитой личности. Он предоставляет возможность ознакомиться с историческими творениями прошлых эпох, с народными традициями, существовавшими в определенный временной период.*

***Ключевые слова:** услуги, туризм, технологии, туристические услуги, экскурсионная программа, организация культурно-познавательного туризма.*

CURRENT STATE OF CULTURAL AND EDUCATIONAL TOURISM IN RUSSIA

A.Yu. Shevyakov, Ya.A. Kulikova, A.A. Pavlova

Tambov State University named after G.R. Derzhavina
(Tambov, Russia)

***Abstract.** This article discusses the theoretical foundations of the development of cultural and educational tourism. Tourism is also an area of activity in which enormous potential is concentrated in terms of regional economic development, and this is primarily due to the need and opportunity to attract additional investment into the regional economy. Tourism has been considered by citizens of our country as one of the key types of recreation for a long period of time. Cultural and educational tourism contributes to significant spiritual enrichment, broadening one's horizons and the formation of a harmoniously developed personality. It provides an opportunity to get acquainted with the historical creations of past eras, with folk traditions that existed in a certain time period.*

***Keywords:** services, tourism, technology, tourist services, excursion program, organization of cultural and educational tourism.*

В условиях современной действительности актуальность рассматриваемого вопроса в первую очередь определяется тем, что туризм представляет собой значимое направление деятельности в российском секторе экономики. Такая ситуация складывается по той причине, что в настоящий момент именно индустрия гостеприимства представляет собой

такой сектор деятельности, который создаёт условия для максимально продуктивного использования природного и культурно-исторического наследия территорий. Приобщение к культуре формирует необходимые условия и предпосылки для поступательного роста грамотности, отмечается устойчивая тенденция оздоровления и отдыха людей.

Кроме того, туризм также является таким направлением деятельности, в котором сосредоточен колоссальный потенциал с точки зрения регионального экономического развития, и обусловлено это в первую очередь необходимостью и возможностью привлечения дополнительных инвестиций в региональную экономику. Туризм уже долгий период времени рассматривается гражданами нашей страны как один из ключевых видов отдыха.

Согласно статистическим данным не менее 70% существующих на российской территории туристических маршрутов подразумевают посещение объектов культурного наследия. Благодаря активному развитию туристического направления создаются условия для объединения регионов страны, объединения предпринимательских структур и создания новых туристских продуктов, в том числе и за счёт привлечения, так называемого повторного туриста.

Культурно-познавательный туризм способствует существенному духовному обогащению, расширению кругозора и формированию гармонично развитой личности. Он предоставляет возможность ознакомиться с историческими творениями прошлых эпох, с народными традициями, существовавшими в определенный временной период.

В качестве основы культурно-познавательного туризма можно рассматривать духовное освоение культуры. Помимо этого, он полностью охватывает, практически все сферы общественной деятельности, дает толчок для развития культуры. Потенциал развития каждой конкретной страны характеризуется количеством проектов культурно-познавательного характера.

Таким образом, актуальность данного вопроса обосновывается значением культурно-познавательного туризма в современном отечественном бизнесе.

На сегодняшний день разработано большое количество видов туризма. Их основные характеристики составлены на основании предпочтений путешественников. До настоящего времени продолжается формирование туристической деятельности, которая за последние годы претерпела большое количество изменений.

Культурно-познавательный формат туризма выступает наиболее популярным видом. Он основывается на потребности путешественника в расширении собственного кругозора. В рамках данного направления происходит самостоятельный выбор культурных объектов в зависимости от интересов клиента.

Культурно-познавательный туризм выступает в качестве особого вида туристического направления, который руководствуется удовлетворением культурно-познавательной сферы и представляет собой ознакомление с историческими и культурными объектами показа. Он получил широкое распространение по причине того, что сегодня большое количество граждан стали интересоваться культурой, историей и достопримечательностями, расположенными в отдельных регионах. Именно данное обстоятельство делает этот вид туризма наиболее востребованным [13].

Культурно-познавательный туризм подразделяется на следующие виды:

1. Культурно-исторический. В ходе путешествий изучается история страны, происходит посещение памятников и культовых мест, прослушивание исторических, тематических лекций.

2. Культурно-событийный. В процессе занятия данным видом происходит формирование представлений о традициях прошлого, проведению праздничных торжеств и иных мероприятий, связанных со значимыми датами в истории. У путешественников возникает возможность принять активное участие в происходящем и прочувствовать все стороны существующей действительности.

3. Культурно-религиозный. Для путешественников, предпочитающих данное направление, характерно проявление интереса к определенной религии и культуре. В рамках данного вида предусмотрено посещение религиозных лекций, церквей, костелов.

4. Культурно-археологический. Со временем изучение археологии становится все более востребованным. С каждым годом растет интерес к археологии различных стран, что предполагает не только посещение памятников древности, но и участие в археологических экспедициях, в раскопках.

5. Культурно-этнографический. Для данного типа характерна заинтересованность в определенной культуре и этносе, традициям и обрядам определенной категории людей. То есть происходит ознакомления со всем, что связано с жизнедеятельностью определенной группы людей.

6. Культурно-этнический. Заключается в изучении обычаев и образа жизни собственных предков, посещение памятных мест.

7. Культурно-антропологический. Знакомство с развитием человека как вида, первозданным обществом, местами, где проходило становление определенных народностей.

8. Культурно-экологический. Знакомство с результатами взаимодействия человека с окружающим миром, посещение природных парков и иных знаменательных мест.

Культурно-познавательный туризм – представляет собой особый вид путешествия, при осуществлении которого планируется достичь определённых целей познавательного характера и поэтому основная задача, требующая своего должного урегулирования в этом мероприятии, подразумевает знакомство с достопримечательностями. В условиях современной действительности культурно-познавательный туризм находится на одной из фундаментальных позиций и обусловлено это тем, что, отправляясь в путешествие, человек получает возможность познать не только себя, но и окружающую природу, углубиться в изучение историко-культурных и этнических факторов.

В результате посещения разных стран создаются условия для утверждения толерантности, и определяется это тем, что во время путешествия человек получает возможность наглядно увидеть, что все другие существующие расы и религии, национальности, не демонстрируют значительных отличий от привычного круга общения. Человеку свойственно своеобразие и каждый из нас прекрасен по-своему, в результате чего именно за счёт культурно-познавательного туризма осознать это явление представляется возможным в наилучшей степени.

Для культурно-познавательного туризма характерны следующие подвиды:

- знакомство с достопримечательностями архитектуры, которые выступают в качестве определенных ступеней развития человеческого сознания и совершенствования;
- посещение театральных, концертных, музыкальных или выставочных представлений;
- посещение семинаров, курсов, лекций [16].

Также нужно отдельно подчеркнуть, что в путешествиях этот вид деятельности подразумевает под собой достаточно интенсивное взаимодействие между разными культурами. Результаты многочисленных исследований уже давно представили наглядные доказательства того, что ни один человек не сможет жить так, чтобы не вступать во

взаимодействие с другими людьми, аналогично тому, как ни одна этническая общность не сможет существовать, находясь в состоянии полной изоляции.

Основой развития является тесный контакт с другими народами, поэтому нужно отметить, что в культурно-познавательном туризме сосредоточен колоссальный потенциал. В определённой мере все люди открыты для других людей и народов и проявляют готовность к тому, чтобы в определённой степени поделиться собственными культурными достижениями и распространить свои ценности.

Культурно-познавательный туризм – это такое путешествие, при реализации которого человек получает возможность познакомиться с культурными ценностями отдельной страны или отдельного народа. Предпосылки для возникновения этого явления были сформированы за счёт стремления человека максимально расширить свой кругозор [2].

Среди основных направлений культурно-познавательного туризма выделяют следующие виды:

1. Туризм наследия
2. Арт-туризм
3. Туризм впечатлений
4. Креативный туризм
5. Эко-культурный туризм

Туризм наследия – представляет собой получивший максимальную популярность вид культурно-познавательного туризма на территории всего мира среди любителей и почитателей истории [16].

Также достаточно популярным в настоящий момент стал арт-туризм, он характеризуется своей первоочередной нацеленностью на познание объектов современного искусства. Разнообразные виды художественных галерей, выставочных мероприятий, спектаклей и концертов, фольклорных фестивалей и креативных объектов показа, места съёмок популярных кинофильмов – всё это и многое другое становится объектом исследования данного направления туристской деятельности.

Направление эко-культурного туризма предоставляет путешественнику возможность не просто посетить новую для него страну и познакомиться поближе с её достопримечательностями, но и прожить несколько дней так, как их обычно проживает местная семья. В результате, создаются условия для того, чтобы удовлетворить интерес и желание сформировать как можно более обширный культурный опыт, выраженный в деятельной активности в ходе воплощения традиционного уклада жизни, характерного для данного региона [9].

С наибольшим предпочтением к туризму впечатлений отнесутся граждане, которым недостаточно, что называется «смотреть и слушать». Обозначенный вид туризма отличается своей направленностью на таких потребителей этих услуг, кто заявляет желание максимально полно погрузиться в определённые события и ощутить на себе все их проявления.

Фундаментальная задача, решить которую необходимо креативному туризму, заключается в том, чтобы полностью преобразовать среду и наиболее полно погрузиться в неизведанный мир, где турист сможет разучить новые для него танцевальные движения, приобретёт навык приготовления какого-нибудь интересного и необычного блюда.

На рисунке 1 представлены направления развития культурно-познавательного туризма.

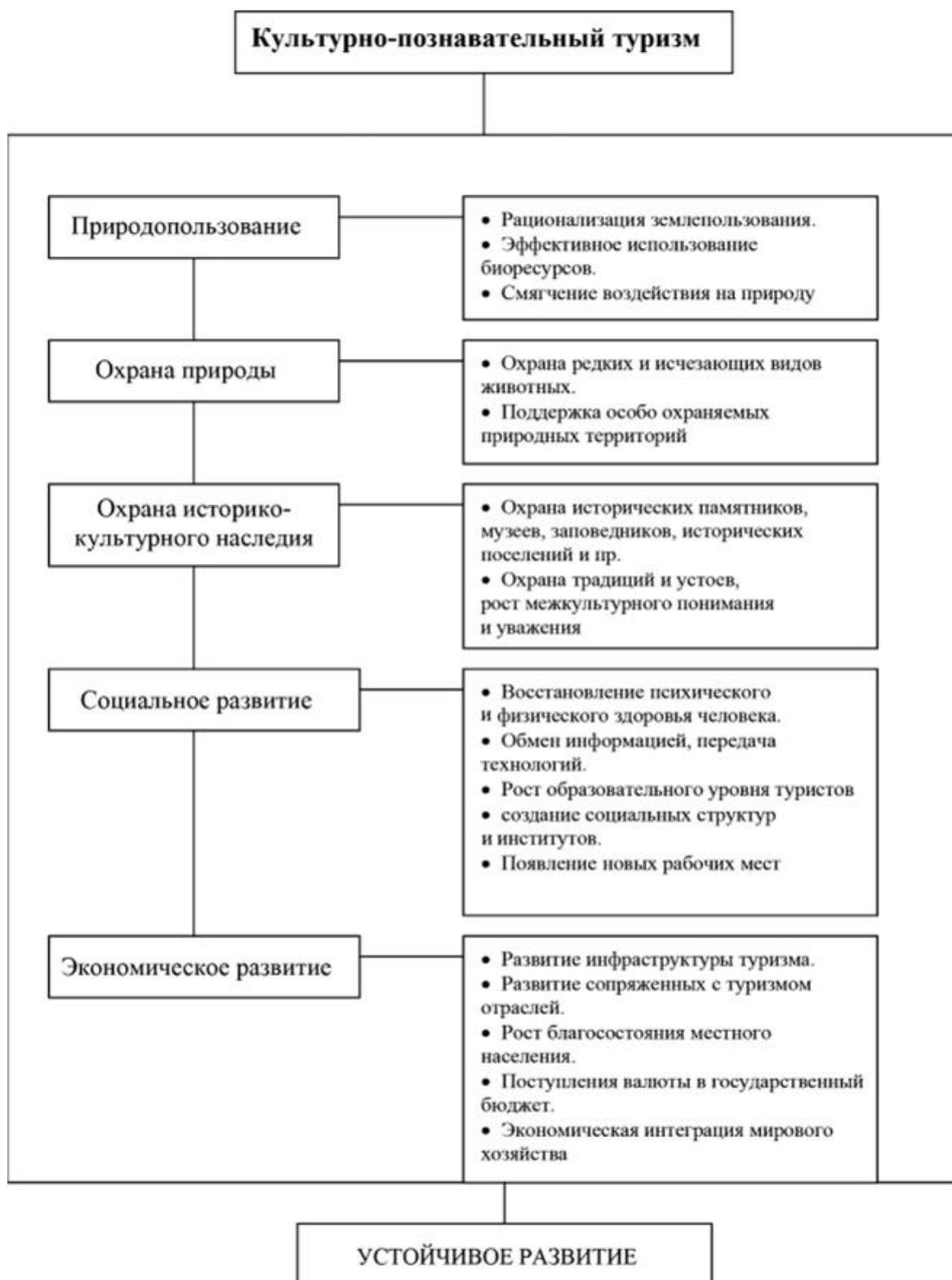


Рис. 1. Направления развития культурно-познавательного туризма [8]

В качестве цели туристической поездки может выступать посещение значимого мероприятия либо просто обычное желание посмотреть, узнать, прочувствовать дух определенного места, которое имеет значение в каждой конкретной ситуации. В зависимости от данного обстоятельства, группы путешественников можно разделить на несколько типов:

1. Почитатели культуры. Целью которых, является ознакомление с культурным наследием. Для данных представителей занятие туризмом выступает в качестве значимой части их культурной жизни.

2. Экскурсанты. Для данной категории характерна жажда познания и посещение новых мест, любопытство, которое вызвано интересом к историческим фактам [2].

Практическое воплощение социальной роли туризма обеспечивается за счёт того, что здесь усилия направлены на удовлетворение потребности, которую испытывает население в получении отдыха, различных впечатлений и в становлении на путь продуктивного личностного развития. Культурно-познавательный туризм способствует существенному духовному обогащению, расширению кругозора и формированию гармонично развитой личности. Он предоставляет возможность ознакомиться с историческими творениями прошлых эпох, с народными традициями, существовавшими в определенный временной период. За счет культурно-познавательного туризма представляется возможным не только организовать процесс продуктивного накопления знаний, но и одновременно с этим можно накопить бесценный опыт взаимодействия с другими людьми, принадлежащими к различным культурам. В последующем рассматриваемый подход предоставляет возможность разработать свою систему ценностей и определить свои ключевые приоритеты. В результате человек постепенно познаёт мир и делает по мере этого познания определённые выводы, и они впоследствии оказывают приоритетное влияние на его жизнедеятельность, человек использует особую поведенческую модель и совершает определённые действия при попадании в конкретные ситуации.

Регионы здесь выступают в качестве получателей благ и обусловлен этот вывод тем, что процесс развития территорий является одним из фундаментальных направлений социальной деятельности, в настоящее время ситуация осложняется тем, что в этот процесс сегодня в минимальной степени вовлечены представители туристической индустрии.

Безусловно, осуществляется определенная поддержка за счёт предоставления возможности получить президентский грант, но несмотря ни на что, сектор крупного предпринимательства ещё не имеет программ корпоративной социальной ответственности через туризм, не обеспечена регламентация основных направлений общественно-полезной работы для НКО, хотя если принять меры для урегулирования всех этих вопросов, будет получена возможность построить максимально четкие механизмы софинансирования туристских проектов.

Культурно-познавательный туризм демонстрирует высокий уровень своей привлекательности. Это обусловлено тем, что данный вид туризма способствует улучшению социальных взаимоотношений, а значит в нём сосредоточен колоссальный потенциал в деле развития бизнеса [1].

Нередко люди, занимающиеся предпринимательской деятельностью, прикладывают усилия и направляют средства для развития культуры, науки и экономики своей страны, благодаря чему приобретают авторитет среди сограждан. По этой причине продукты производственной деятельности таких предпринимателей становятся наиболее популярными среди потребителей.

Таким образом, в качестве основы культурно-познавательного туризма можно рассматривать духовное освоение культуры. Помимо этого, он полностью охватывает практически все сферы общественной деятельности, дает толчок для развития культуры. Потенциал развития каждой конкретной страны характеризуется количеством проектов культурно-познавательного характера. За счет культурно-познавательного туризма представляется возможным не только организовать процесс продуктивного накопления

знаний, но и одновременно с этим можно накопить бесценный опыт взаимодействия с другими людьми, принадлежащими к различным культурам.

Культурно-познавательный тур выступает в качестве особого туристического продукта. Потребители, приходя в туристическую организацию, не ищут отдельную услугу или товар, а выбирают их наиболее оптимальное сочетание. Данное сочетание и является туристическим продуктом [17].

В частности, проектирование туристического продукта включает в себя следующие этапы.

1. Разработка необходимой документации.
2. Разработка технологии процесса обслуживания клиентов. Установление характеристик туристического продукта.
3. Выделение методик для контроля качества.
4. Анализ туристического проекта.

Очень важным является наличие в принимающем регионе развитой инфраструктуры гостеприимства: отелей, ресторанов и сопутствующих сервисов. Не в последнюю очередь на принятие решения о поездке может влиять визовая и транспортная доступность направления (рисунок 2).



Рис. 2. Проектирование культурно-познавательного тура [3]

Осуществляя мероприятия по разработке проекта тура, потребуется обеспечить наличие всех необходимых видов технологической документации. В этот перечень в первую очередь нужно включить технологическую карту туристического маршрута. Также значимыми документами являются информационные листы, туристические путёвки и прочее [3].

В настоящий момент в рамках практической деятельности опытным путем удалось разработать методику формирования туристического продукта, она является комплексом способов и средств, при грамотном применении которых, можно создать максимально качественный тур.

В целях придания туристическому продукту необходимых характеристик и качественных параметров нужно создавать его, и он будет в полной мере удовлетворять

потребности туристов, одновременно необходимо обеспечить его полное соответствие уровню предоставляемых клиентам услуг [12].

С определенной долей условности комплекс мероприятий по проектированию туристического продукта можно дифференцировать на несколько поступательно проходимых этапов:

1. Первый этап предполагает разработку всех требующихся документов.

2. Далее разрабатывается сама технология клиентского обслуживания. Определяются основные параметры и характеристики создаваемого туристического продукта.

3. Определяются наиболее продуктивные методики для осуществления в дальнейшем контроля в целях отслеживания качественных характеристик предлагаемого туристического продукта.

4. Аналитическая оценка созданного туристического проекта [12].

Остановимся более подробно на процессе формирования культурно-познавательного тура.

Создание культурно-познавательного тура должно начинаться с поиска идеи. Есть большое количество источников, из которых можно почерпнуть вдохновение, но в первую очередь это сами туристы. Многофункциональным инструментом считаются маркетинговые исследования спроса потребителей, мотивации туристов и изучение опыта других сфер деятельности. Если речь идет о компании как о разработчике тура, то в поиске идеи может помочь анализ конкурентов. За счёт результатов анализа можно сформировать цену на будущий культурно-познавательный тур. Также на начальном этапе важно изучить потребительские качества и свойства будущего тура, выявить наиболее привлекательные для туристов стороны. Если после первого этапа приходит понимание, что формирование будущего тура целесообразно, и он может стать рентабельным и востребованным, наступает момент создания маршрута тура. Разработка маршрута подразумевает: исследование туристских ресурсов на предполагаемых точках маршрута, разработку паспорта маршрута, пробную откатку маршрута и внесение изменений при необходимости, утверждение паспорта маршрута. После разработки маршрута предполагается заключение договоров с перевозчиками. Также с принимающей стороной оговариваются условия приема и обслуживания туристов, условия бронирования гостиниц, согласование дат заездов и времени прибытия, утверждение гидов. После данного этапа проводится калькуляция тура и рассчитывается его полная стоимость с учётом всех нюансов. Заключительными этапами являются реализация тура и его продвижение.

Согласно информации, предоставленной туроператором АЛЕАН, в общей численности туристов доля потребителей, принимающих решение о том, чтобы выбрать культурно-познавательные путешествия, на сегодняшний день установилась на отметке 10% от совокупного числа российских туристов. WTO представляет данные о том, что каждый 7-й турист является паломником. В большинстве случаев, данная категория туристов представляет собой транзитных путешественников, которые посещают представленные святыни совместно с остальными объектами, представленными в рамках определенного тура [4].

В большинстве случаев в качестве заказчика туристического продукта выступает правительство региона и обусловлено это тем, что с точки зрения многих регионов страны именно туризм представляет собой одно из весомых направлений деятельности, обеспечивающей достижение экономического роста и развития. Кроме того, принимать участие в разработке могут и специализированные агентства регионального масштаба,

уполномоченные проводить работы в области развития туризма, также свой вклад в этот процесс могут внести и отраслевые предпринимательские ассоциации [13].

Такое требование обусловлено тем, что в туристическом секторе, как и во многих других отраслях, осуществляет свою деятельность большое количество небольших предприятий, и то, как они будут чувствовать себя в последующие периоды, определяется в первую очередь тем, в какой мере они смогут совместными усилиями сформировать единое целое, выраженное в отдельном туристическом кластере. Показатель загруженности отеля определяется влиянием широкого спектра факторов, которые отнюдь не являются внутренними и возникают во внешней среде [2].

С точки зрения туризма подобная картина стратегического видения представляет собой фундаментальный фактор, во многом определяющий достигнутый успех, так как в этом случае создаются условия для осуществления синхронизации абсолютно разных участников.

В роли фундаментальной цели, достижение которой планируется обеспечить при организации такого туризма, выступает стремление к тому, чтобы турист смог получить наиболее полное представление об отдельном регионе, отдельной стране или городе. Один из разрядов путешествующих – те, кто, прежде всего, интересуется населением новых мест и его традициями. Для этих людей характерно также желание отыскать свои корни, изучить их и осознать личную неповторимость. А знакомство с культурой других народов помогает составить эксклюзивную картину мира и определить в ней собственное место.

Для каждого региона, в котором планируется развитие туристской деятельности, поставлены цели и задачи, сроки, в которые они должны быть выполнены, а также результаты, которые ожидаются по окончании проекта. Также в этих регионах назначены руководители, которые будут следить за ходом исполнения задач и организационном обеспечении проекта.

По задумке авторов инициативы, все вышеперечисленные туристического места, города и регионы будут совместно работать над созданием единого бренда, комплексного плана развития, стандартов гостеприимства и качества услуг. Главная цель туррынка – донести до потребителя, что ограничения на поездки не мотивируют развивать туризм, и дальнейшие меры жесткого контроля бизнеса просто «выдают» большую часть туроператоров – в первую очередь тех, кто развивает туризм в регионах [1].

Разработка туристского продукта направлена на удовлетворение потребностей населения в активном либо пассивном отдыхе, культурном проведении досуга и развлечениях. Однако каждый человек представляет себе туризм по-разному, индивидуально, исходя из особенностей своего возраста, образования, доходов, семейного положения и т.д. Технология формирования туристических туров представляет собой производство конкретного туристического продукта, предназначенного для использования туристами.

В настоящее время в деятельности всех мировых туристических агентств на ключевой позиции по интенсивности спроса находится именно культурно-познавательный туризм. Максимальный уровень концентрации познавательного туризма, как свидетельствует практика, можно наблюдать в тех городах, чья история является весьма насыщенной. Ряд основных культурно-исторических центров располагается на территории Азии и Европы. Но отдельно потребуются подчеркнуть, что ежегодно во всём мире открываются музеи и арт-центры, в результате чего туристический поток в эти страны и города начинает расширяться. На этом основании укажем, что даже если ранее регион не был никому известен, то при

правильном приложении усилий он может занять верхние строчки в списке наиболее популярных туристических зон.

В связи с экономическим и политическим развитием возможно изменение туристического имиджа каждого конкретного региона. Грамотная пропагандистская политика и реклама выступают в качестве залога успешного продвижения региона на туристическом рынке, как на региональном, так и на федеральном уровне.

Туры, которые предлагаются – результат успешного труда команды профессионалов и плодотворного сотрудничества с учреждениями культуры, образования, промышленными и производственными предприятиями региона. На уровне каждого региона страны, признающего за туризмом статус одного из секторов экономической деятельности, потребуются изначально воссоздать общую картину событий в этом направлении. Такое требование обусловлено тем, что в туристическом секторе, как и во многих других отраслях, осуществляет свою деятельность большое количество небольших предприятий. И как они будут чувствовать себя в последующие периоды, определяется в первую очередь тем, в какой мере они смогут совместными усилиями сформировать единое целое, выраженное в отдельном туристическом кластере [2].

Создание привлекательного образа в туристическом отношении является важнейшей государственной задачей. Для современного имиджа данного района характерны исторические ассоциации, он имеет исключительно аграрную направленность. Известность представленной территории ограничена, что способствует тому, что она является недоступной для большинства целевых групп потребителей [8].

Важен акцент на эмоции, которые образ территории способен вызвать у потребителей. Созданный имидж при упоминании об объекте дает возможность вызвать у потребителя приятные ассоциации и желание посетить данный регион. Данное обстоятельство поможет объекту занять определенное место среди остальных представителей туристической сферы.

В настоящее время в деятельности всех мировых туристических агентств на ключевой позиции по интенсивности спроса находится именно культурно-познавательный туризм. Максимальный уровень концентрации познавательного туризма, как свидетельствует практика, можно наблюдать в тех городах, чья история является весьма насыщенной. Ряд основных культурно-исторических центров располагается на территории Азии и Европы. Но отдельно потребуются подчеркнуть, что ежегодно во всём мире открываются музеи и арт-центры, в результате чего туристический поток в 6 эти страны и города начинает расширяться. На этом основании укажем, что даже если ранее регион не был никому известен, то при правильном приложении усилий он может занять верхние строчки в списке наиболее популярных туристических зон.

Таким образом, создание нового туристического проекта подразумевает под собой крайне тщательное исследование бюджета туристов и их желания. Как из этого следует, этот проект обязан быть направлен на потребности населения и, кроме того, не выходить за рамки доступных использованию рекреационных ресурсов данного маршрута похода. Как только проект будет закончен, обязательно следует взяться за проработку паспорта маршрута. Клиенту откровенно нужно знать всю информацию о стоимости путешествия ради предоставления возможности полностью свободного выбора между различными Туристическими фирмами в регионе. Конечно, человек будет обращать внимание не только на стоимость, но и на качество требуемого сервиса. Узнать о нём можно благодаря частным комментариям, которые содержатся на страницах в социальных сетях и сайтах агентств, или же из других источников.

На сегодняшний день культурно-познавательный туризм имеет все возможности стать одной из самых прибыльных отраслей экономики и принести достаточный доход для развития всех остальных областей.

Основной тенденцией 2023 года стал рост спроса на российские турпродукты, причем речь о спросе со стороны платежеспособного населения. По данным Российского союза туристической индустрии, в 2023 году туроператоры продали на 30% больше активных и приключенческих туров, чем в прошлом году [4].

Рост туризма принимает активные меры для развития данной сферы деятельности, что наглядно показывает, насколько она важна для экономики государства. На сегодняшний день разработано большое количество маршрутов, которые привлекают не только отечественных, но и зарубежных путешественников, заинтересованных в посещении самобытных и новых мест, картины которых восторгают и завораживают своей особенностью.

Если существует место, которое имеет непосредственную связь с культурой и святыми местами, то вне зависимости от места его расположения, оно обязательно будет востребованным среди тех путешественников, которые интересуются культурно-религиозным туризмом. Православные христиане имеют особо значимое по святости место, в качестве которого выступает Греческий Афон. Никогда не иссякнет поток желающих посетить данную территорию [8].

Если рассматривать Ленинградскую область, то можно говорить о наличии более 5000 памятников архитектуры, археологии, истории и культуры, которые расположены на ее территории. Помимо этого, присутствует огромное число крепостей и сооружений, на землях которых проводятся различного рода исторические реконструкции, функционируют музеи [3].

Поволжские города, к которым относятся следующие представители: Нижний Новгород, Казань, Волгоград, Астрахань являются крупнейшими туристскими центрами.

Много лет назад в месте, где произошло слияние Оки и Волги был основан город Нижний Новгород, который стал известен в качестве наиболее крупного торгового, научного и культурного центра. На территории данного города проводится известная на всю страну и за ее пределами Нижегородская ярмарка. Помимо этого, данные земли славятся народными промыслами, среди которых наибольшую известность приобрели городецкая и хохломская росписи и городецкая резьба. При дальнейшем движении по среднему течению Волги взгляд притягивают великолепные пейзажи таких городов, как Самара, Саратов, Ульяновск. В нижнем течении наибольшую известность имеют такой представитель, как Волгоград. Именно в данном городе расположен столь известный Мамаев курган, который был основан в честь сталинградских защитников. Астрахань выступает в качестве приюта для гонимых и беглых еще с древних времен. Исторический центр данного представителя расположился на Волжском острове.

Красноярский край в Сибири. Его особенность заключается в огромном количестве необычных фонтанов, которые расположены на всей его территории и музее местных краеведческих ценностей, который в 2001 году был признан самым лучшим музеем среди провинциальных представителей.

Туристические ресурсы России дают возможность принимать на своей территории около 40 млн. туристов в год в случае, если будет создана соответствующая туристическая структура. Культурный потенциал страны представлен следующими компонентами:

– памятники, имеющие историческое значение. Их общее количество, зарегистрированное в государственном реестре, составляет более 80 тыс., одна треть которых принадлежит к федеральному значению;

- музеи, численность которых составляет более 1,5 тысяч, а количество уникальных экспонатов зашкаливает за 80 млн.;
- национальные парки в количестве 35 штук;
- исторические застройки в поселениях и архитектурные ансамбли, численность которых составляет более 500.

Основные регионы, посещаемые туристами с культурно-познавательными целями, представлены на рисунке 3.

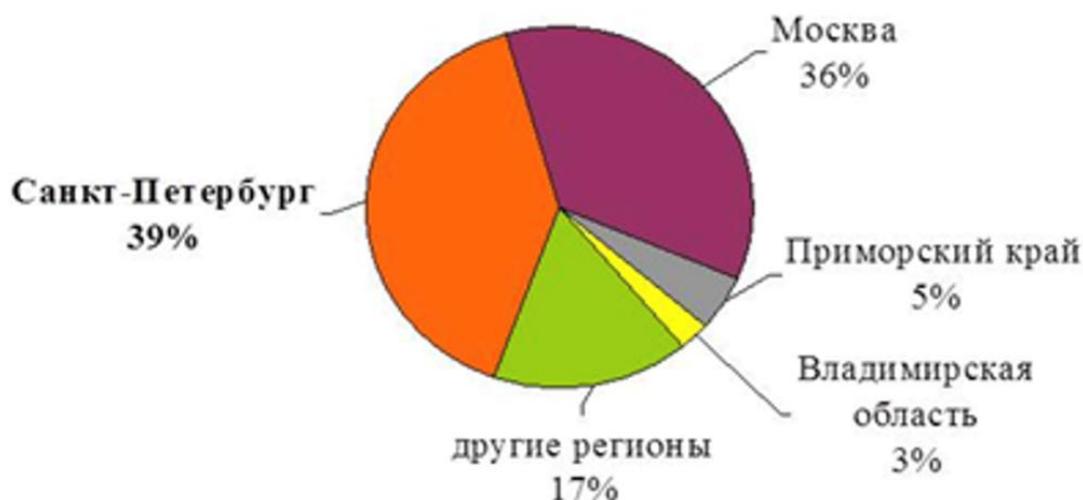


Рис. 3. Основные регионы, посещаемые туристами с культурно-познавательными целями за 2023 год [8]

В фонд культурного туризма нашей страны входят:

1. Исторические центры обеих столиц.
2. Соловецкий монастырь.
3. Троице-Сергиева Лавра, где благословили Дмитрия Донского на Куликовскую битву.
4. Уникальные памятники деревянного зодчества в Кижах.
5. Комплекс Казанского Кремля, органично сочетающего в себе разные архитектурные стили.
6. Надвратные церкви Новгородского Кремля.
7. Новодевичий монастырь в Москве, основанный Василием III.
8. Озеро Байкал, возраст которого достигает 25 млн. лет.
9. 100-метровые Ленские столбы в Якутии. Их предположительный возраст около 400 тыс. лет.
10. Остров Врангеля с лежбищами моржей и берлогами белых медведей [8].

Проведя анализ, который представлен в таблице 1, можно говорить о том, что для культурно-познавательного туризма интерес представляет большинство регионов России. Она имеет огромный потенциал в направлении развития данного направления, что обязательно необходимо учитывать и активно действовать в данном направлении.

Для достижения успеха в туристическом бизнесе важно еще и учитывать природно-рекреационные условия, ведь и от них зависит поток туристов. Благодаря природно-рекреационным условиям культурно-историческим и географическим факторам привлекательности туристского продукта, путешественники выбирают цель своего путешествия, место и время. Существуют факторы, которые влияют на развитие туризма:

рельеф, климат, водные объекты, растительность и ландшафты, минеральные воды и лечебные грязи [6].

Таблица 1

Распределение потенциала России для культурно-познавательного туризма по экономическим районам в 2023 году [6]

| Экономические районы | Емкость культурно-познавательных ресурсов | | Емкость природных ресурсов (заповедников, заказников) | | Возможность размещения туристов | |
|-------------------------|---|---------|---|---------|---------------------------------|---------|
| | млн.чел./дн.вгод | процент | млн.чел./дн.вгод | процент | млн.чел./дн.вгод | процент |
| Северный | 8,1 | 3,1 | 27,3 | 8,0 | 49,6 | 4,0 |
| Северо-Западный | 42,1 | 15,9 | 15,6 | 4,6 | 92,6 | 7,8 |
| Прибалтийский | 1,8 | 0,7 | 2,6 | 0,8 | 14,6 | 1,2 |
| Центральный | 102,0 | 38,5 | 38,0 | 11,3 | 291,9 | 24,4 |
| Волго-Вятский | 13,6 | 5,1 | 13,7 | 4,0 | 54,0 | 4,5 |
| Центрально-Черноморский | 13,8 | 5,2 | 2,5 | 0,7 | 36,6 | 3,1 |
| Поволжский | 14,4 | 5,4 | 23,5 | 7,0 | 100,9 | 8,4 |
| Северо-Кавказский | 36,5 | 13,8 | 55,2 | 16,4 | 211,7 | 17,7 |
| Уральский | 10,3 | 3,9 | 30,2 | 9,0 | 123,4 | 10,3 |
| Западно-Сибирский | 9,7 | 3,6 | 24,4 | 7,2 | 91,9 | 7,7 |
| Восточно-Сибирский | 8,6 | 3,2 | 47,9 | 14,2 | 64,2 | 5,4 |
| Дальневосточный | 4,4 | 1,7 | 55,6 | 16,5 | 66,2 | 5,5 |
| Итого | 205,3 | 100,0 | 336,5 | 100,0 | 1198 | 100 |

Свыше 30 тысяч школьников отправились в путешествия по регионам Российской Федерации в рамках национального проекта «Культура» 2022, включающего федеральный проект «Творческие люди». В 2022 году в рамках национального проекта «Культура» реализовано 19 культурно-просветительских программ для школьников с маршрутами более чем по 30 регионам России. Более 30 тысяч школьников в возрасте от 10-17 лет из 85 регионов страны отправились в интересные путешествия по стране. Маршруты нацпроекта «Культура» проходили по самым исторически значимым городам России, среди которых: Москва, Санкт-Петербург, Калуга, Тамбов, Псков, Казань, Смоленск, Волгоград, Владивосток.

Одной из целей проекта по-прежнему остается задача показать подрастающему поколению регионы России, обладающие большим культурно-познавательным потенциалом и экскурсионными возможностями, так, чтобы картинки из школьных учебников укладывались в памяти яркими и понятными образами. Дети получают возможность увидеть другие регионы и открыть для себя свою страну.

Как свидетельствует практика, сегодня развитие культурно-познавательного туризма осуществляется по трём фундаментальным направлениям:

- процесс познания культуры и культурного наследия;
- обеспечение эффективной охраны и возрождения культуры;
- организация и реализация диалога между культурами.

Процесс взаимодействия между указанными элементами постепенно претерпевает серьезные трансформации, обусловленные активным научно-техническим прогрессом, что

также обуславливает преобразование общественных отношений. При этом нельзя забывать о том, что начиная с древних времён, человек, проявляющий интерес к культуре, одновременно проявляет стремление к познанию окружающего мира и поэтому его воспринимают как интересного и образованного собеседника с широким кругозором. Этот человек занимает авторитетную позицию среди своих соотечественников.

В соответствии с быстрой сменой территорий отдыха количество туристов по России выросло в несколько раз. В связи с ростом туристов в России владельцы туристических организаций улучшают условия пребывания на своих базах отдыха. Улучшение условий – больше цена, ведь в случае завышенной цены и отсутствия отличного сервиса поток потребителей будет снижен. Чтобы заинтересовать клиента, в первую очередь нужно думать об удовлетворении его потребностей, а только потом о доходах предприятия.

Анализируя ситуацию на территории России, большинство туристов изменили свои планы, и решили провести отдых не выезжая за границу, тем самым развив внутренний туризм. В связи с этим были улучшены условия пребывания на своих базах отдыха. Если же не будет присутствовать отличный сервис, квалифицированный персонал, цены будут становиться все выше и выше, и из-за этого поток потребителей будет снижен.

Подводя итог, отметим, что культурный туризм занимает значительное место в экономике и системе общественных отношений. Сегодня эта отрасль в России испытывает ряд проблем, связанных с высокой стоимостью услуг и низким качеством сервиса.

На основании представленной выше информации, имеется возможность сформулировать вывод, согласно которому в роли фундаментальной основы культурно-познавательного туризма выступает именно интенсивный и качественный процесс духовного освоения культуры. Если личность будет заниматься именно этим видом туризма, то она получит возможность вступить на путь своего гармоничного развития, и обусловлено это возможностью приобретения новых знаний, а также здесь можно воспитать в себе так называемое чувство вкуса. Более того культурно-познавательный туризм также оказывает влияние на все области и сферы жизнедеятельности общества, формулируя стимулы для развития культуры, экономики и активизации жизни социума. Когда государство будет осуществлять реализацию проектов в области развития культурно-познавательного туризма, в области формирования туристических продуктов культурной направленности, будут одновременно сформированы условия и предпосылки для расширения её потенциала в аспекте последующего развития. В качестве основы культурно-познавательного туризма можно рассматривать духовное освоение культуры. Помимо этого, он полностью охватывает практически все сферы общественной деятельности, дает толчок для развития культуры. Потенциал развития каждой конкретной страны характеризуется количеством проектов культурно-познавательного характера. За счет культурно-познавательного туризма представляется возможным не только организовать процесс продуктивного накопления знаний, но и одновременно с этим можно накопить бесценный опыт взаимодействия с другими людьми, принадлежащими к различным культурам. Данное сочетание и является туристическим продуктом.

Список источников

1. Агешкина Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности: учебное пособие / Н.А. Агешкина. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 567 с.
2. Бабкин А. В. Специальные виды туризма: учебное пособие / Бабкин А. В. Ростов-на-Дону: Советский спорт, 2019. - 117 с.
3. Бугорский В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учеб.пособие для СПО / В. П. Бугорский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 165 с.

4. Винокуров Б.Л. Индустрия туризма: теоретические, методологические и практические аспекты / Б.Л. Винокуров, В.А. Леонов. - Сочи: СГУТиКД, 2018. – 360 с.
5. Гудковских, М.В. Методика комплексной оценки туристско-рекреационного потенциала // Географический вестник Geographicalbulletin. – 2017. – №1. – С. 102–116.
6. Золотовский В.А. Правовое регулирование туристской деятельности: учебник для СПО / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 247 с.
7. Зюляев Н.А, Низова Л.М., Сорокина Е.Н. Внутренний туризм как вид экономической деятельности на мезоэкономическом уровне // Вестник НГИЭИ. - Княгинино, 2020. - № 6. -С. 72-85.
8. Инновационная деятельность в сфере туризма: региональный аспект (на примере Тамбовской области) // Интернет – журнал «Наукovedение» Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/102EVN215.pdf> (дата обращения 20.02.2023).
9. Инновационные технологии в сфере гостеприимства [Электронный ресурс] // Турбизнес. Режим доступа: http://tourfaq.net/travel-business/innovacionnye_tehnologii-v-turizme (дата обращения 20.02.2023).
10. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность: учебное пособие/ Под общ.ред. Ю.М. Краковского. – М.: ИКЦ МарТ; Ростов н/Д: Издательский центр МарТ, 2019. – 256с.
11. Мажар Л.Ю. Территориальные социально-экономические системы и региональное развитие / Л.Ю. Мажар, А.И. Чистобаев // Вестн. С.-Петербург.унта. Сер.7: Геология. География. – 2016. – С. 80–89
12. Мажар Л.Ю. Теоретические основы формирования межрегиональных туристских проектов // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды XIV Междунар. науч.-практич. конф. МГУ имени М.В. Ломоносова, географический факультет – Москва: АНО «Диалог культур», 2019. – С. 8–15.
13. Михайлец А. В. Перспективы внедрения инновационных методов управления в индустрии гостеприимства / А. В. Михайлец.: // Молодой ученый. - 2021. - № 5 (109). - С. 374-377. - URL: <https://moluch.ru/archive/109/26610/> (дата обращения: 20.02.2023).
14. Организация туризма: учеб.пособие/ А.П.Дурович, Г.А.Бондаренко, Т.М.Сергеева и др.; под общ. ред. А.П. Дуровича – 2 – е изд.,испр. – Мн.: Новое знание, 2020. – 640с.
15. Прокопенко Т. А. Экономико-географический и исторический аспекты развития экскурсионного туризма: автореферат. / Прокопенко Т. А. Краснодар: Кубанский государственный университет (Краснодар), 2020. - 28с.
16. Саак А. Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. - М.: Питер, 2019. - 512 с.
17. Сущинская М.Д. Культурный туризм: учебное пособие / М.Д. Сущинская. Санкт-Петербург.: СПбГУЭФ. 2015. - 128 с
18. Сфера туризма в 2022 году – режим доступа - <https://profi.travel/articles/28096/details> (дата обращения 20.02.2023)

References

1. Ageshkina N.A. Fundamentals of travel agency and tour operator activities: textbook / N.A.Ageshkina.– Moscow: INFRA-M, 2021. – S.567.
2. Babkin A.V. Special types of tourism: textbook / Babkin A.V. Rostov-on-Don: Soviet sport, 2019. –S.117.
3. Bugorsky V. P. Organization of the tourism industry.Legal foundations: textbook for secondary vocational education / V. P. Bugorsky.– М.: Yurayt Publishing House, 2019. – S.165.
4. Vinokurov B.L.Tourism industry: theoretical, methodological and practical aspects / B.L.Vinokurov, V.A.Leonov.- Sochi: SGUTiKD, 2018. – S.360.
5. Gudkovskikh, M.V.Methodology for a comprehensive assessment of tourism and recreational potential // Geographical Bulletin.– 2017. – No. 1.– pp. 102–116.

6. Zolotovskiy V.A. Legal regulation of tourism activities: a textbook for secondary vocational education / V. A. Zolotovskiy, N. Ya. Zolotovskaya.- M.: Yurayt Publishing House, 2019. –S.247.
7. Zyulyaev N.A., Nizova L.M., Sorokina E.N. Domestic tourism as a type of economic activity at the mesoeconomic level // Bulletin of NGIEL.- Knyaginino, 2020. - No. 6. -S.72-85.
8. Innovative activities in the field of tourism: regional aspect (on the example of the Tambov region) // Internet journal “Naukovedenie” Access mode: <http://naukovedenie.ru/PDF/102EVN215.pdf> (access date 02/20/2023).
9. Innovative technologies in the field of hospitality [Electronic resource] // Tourist business. Access mode: http://tourfaq.net/travel-business/innovacionnye_tehnologii-v-turizme (access date 02/20/2023).
10. Karnaukhova V.K., Krakovskaya T.A. Service activities: textbook/ Ed. Yu.M. Krakowski.– M.: ICC MarT; Rostov n/d: MarchT Publishing Center, 2019. – S. 256.
11. Mazhar L.Yu. Territorial socio-economic systems and regional development / L.Yu. Mazhar, A.I. Chistobaev // Vestn. St. Petersburg. unta. Series 7: Geology. Geography.– 2016. – pp. 80–89
12. Mazhar L.Yu. Theoretical foundations for the formation of interregional tourism projects // Tourism and recreation: fundamental and applied research: proceedings of the XIV International scientific-practical conf. Moscow State University named after M.V. Lomonosov, Faculty of Geography – Moscow: ANO “Dialogue of Cultures”, 2019. – P. 8–15.
13. Mikhailets A.V. Prospects for the implementation of innovative management methods in the hospitality industry / A.V. Mikhailets: // Young scientist.- 2021. - No. 5 (109).- pp. 374-377.- URL: <https://moluch.ru/archive/109/26610/> (access date: 02/20/2023).
14. Organization of tourism: textbook / A.P. Durovich, G.A. Bondarenko, T.M. Sergeeva, etc.; under general ed. A.P. Durovich - 2nd ed., revised.– Mn.: New knowledge, 2020. – S.640.
15. Prokopenko T. A. Economic, geographical and historical aspects of the development of excursion tourism: abstract./ Prokopenko T. A. Krasnodar: Kuban State University (Krasnodar), 2020. –S.28 p.
16. Saak A.E. Management in social and cultural service and tourism / A.E. Sahak, Yu.A. Wheat.- M.: Peter, 2019. –S.512.
17. Sushchinskaya M.D. Cultural tourism: textbook / M.D. Sushchinskaya. St. Petersburg: SPbGUEF. 2015. –S.128.
18. Tourism sector in 2022 – access mode - <https://profi.travel/articles/28096/details> (access date 02/20/2023)