

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова

ГРАНИ ГОСТЕПРИИМСТВА – 2024

Материалы VI Международной научно-практической конференции

5 декабря 2024 г.

Электронное издание

УДК 338.46:338.48:64(063)

ББК 65.43я431

Г77

*Издается по решению редакционно-издательского совета
Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова*

Председатель редакционной коллегии:

А. В. Тимирязова, ректор Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова;

зам. председателя редакционной коллегии:

И. И. Бикеев, первый проректор, проректор по научной работе,
д-р юридических наук, профессор Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова

Ответственные редакторы:

Е. Л. Матвеева, декан факультета гостеприимства и дизайна, доктор биологических наук,
профессор Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова;

И. А. Гурьянов, зам. декана факультета гостеприимства и дизайна по научной работе;

И. А. Фахрутдинова, зав. кафедрой дизайна, кандидат архитектуры, доцент Казанского инновационного
университета имени В. Г. Тимирязова;

И. С. Кабиров, зав. кафедрой туризма, кандидат экономических наук, доцент Казанского инновационного
университета имени В. Г. Тимирязова

Г77 Грани гостеприимства – 2024: материалы VI Международной научно-практической конференции (5 декабря 2024 г.). – Казань: Изд-во «Познание» Казанского инновационного университета, 2025. – 1 CD-ROM. – Загл. с титул. экрана. – ISBN 978-5-8399-0861-1. – Текст: электронный.

Системные требования: операционные системы Linux, Windows; 120 Мб; 16 Мб; PDF Reader; дисковод CD-ROM, мышь

Сборник составлен по материалам VI Международной научно-практической конференции. Его материалы отражают широкий круг современных проблем индустрии гостеприимства и посвящены рассмотрению актуальных вопросов туризма, устойчивого развития территорий, архитектуры, дизайна и художественного творчества как инструментов гостеприимства. В материалах конференции рассмотрен также вопрос инноваций в индустрии питания, а также социо-гуманитарные аспекты индустрии гостеприимства.

Адресован научно-педагогическим работникам, преподавателям высших учебных заведений, профессионалам индустрии гостеприимства, докторантам, аспирантам, студентам.

УДК 338.46:338.48:64(063)

ББК 65.43я431

© Авторы статей, 2025

ISBN 978-5-8399-0861-1

© Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирязова, 2025

Научное издание

ГРАНИ ГОСТЕПРИИМСТВА – 2024

Материалы VI Международной научно-практической конференции

5 декабря 2024 г.

Электронное издание

Главный редактор *Г. Я. Дарчинова*

Редактор *Е. А. Маннапова*

Технический редактор *О. А. Аймурзаева*

Дизайнер обложки *Г. И. Загреддинова*

Дата подписания к использованию: 04.03.2025. Объем издания 12 Мб. Тираж 11 экз. Заказ № 1/2025.

ISBN 978-5-8399-0861-1

Издательство Казанского инновационного университета им. В. Г. Тимирязова
420111, г. Казань, ул. Московская, 42 Тел. (843) 231-92-90, E-mail: zaharova@ieml.ru



Universidad Innovadora de Kazán a nombre de V.G. Timiryásov

FACETAS DEL SECTOR DE LA HOSTELERÍA – 2024

Colección de los materiales de la Sexta Conferencia Científica-Práctica
Internacional

5 de diciembre de 2024

Electronic publication

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел I

ТУРИЗМ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ

Александрова В. Р. ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ ЧИСТОПОЛЯ.....	9
Бердникова Т. М., Шкляева Л. М. СУВЕНИРНЫЕ КУКЛЫ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ	10
Булдаков В. О. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ЕВРЕЙСКОЙ АВТОНОМНОЙ ОБЛАСТИ)	14
Валиева А. Ф. ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ ТУРИЗМА.....	18
Ванина П. А. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ВНЕДРЕНИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ ЭКОХУТОРА «АККАЛА»)	21
Добижа А. А. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ В МОТЕЛЕ НА ПРИМЕРЕ МОТЕЛЯ «ЖИРОВСКИЕ ДАЧИ» Г. ВЫБОРГ	27
Еремичева П. Ю. К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ	33
Зотова П. Д., Чернова С. В. ВЛИЯНИЕ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СИБИРСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ.....	37
Кадыров Б. Г. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВОЕННОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПРОВЕДЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ	41
Кабилов И. С., Уткина Н. В., Картовенко Е. Р. ТУРЫ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ: АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ ТУРИЗМА РОССИИ.....	43
Кожевникова Е. А. ИСТОРИЧЕСКАЯ «СТОЛИЧНОСТЬ» ОМСКА И ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЕ В ХХІ ВЕКЕ.....	48
Комарова Е. С. РАЗВИТИЕ БЕРДВОТЧИНГА КАК ПЕРСПЕКТИВНОГО ВИДА СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОГО ТУРИЗМА.....	51
Кочнева О. М, Есипова С. А. ВЛИЯНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ МАЛЫХ ГОРОДОВ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА АЛАПАЕВСК.....	54
Кужугет А. Б. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА	56
Лунева Д. И., Жмакин С. Ю., Митрошенко А. С. ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ ПО КУРСКОМУ КРАЮ	58
Нурмухаметова В. В. ТУРИЗМ ЭПОХИ ПОСТМОДЕРНА КАК ОБЪЕКТ АНАЛИЗА В ТРУДАХ З. БАУМАНА.....	61
Рагимова А. С, Гришина Н. В. АВТОМАТ ПО ВЫЗОВУ ТАКСИ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ	64
Рогалева Н. Л., Фрумак И. В. ИНДИГЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК НАПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КАМЧАТСКОГО КРАЯ.....	67
Соколов Е. Н., Соколова Е. Н., Гришина Н. В. РАЗВИТИЕ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА В РЕАЛИЯХ БОРЬБЫ ЗА ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПОТОКИ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА КАЗАНЬ)	70

Уварова М. В., Лукина Э., Кашапова А. РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	73
Хакимова Д. М. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГЛЭМПИНГЕ «МАЙТРИ КЭМП» ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ.....	80
Холодилина Ю. Е. Ермакова Ж. А., Полякова И. Л. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА НА ЛОКАЛЬНОЙ ТЕРРИТОРИИ	86
Холопова В. В. ТУРИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НА ПРИМЕРЕ МАЛЫХ ГОРОДОВ РОССИИ	90
Чернышева Т. Н., Удалов Н. В. ВОДНЫЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	93
Шадрина В. О. СОБЫТИЕ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ХАНТЫ-МАНСКИЙСКА.....	96
Штанчаева М. Р. СТУДЕНЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В ТАТАРСТАНЕ – ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ	99

Раздел II

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Алиева А. А., Киченина Т. Н., Хуснетдинова С. Р. НАЛОГОВЫЕ АСПЕКТЫ В УПРАВЛЕНИИ РЕСТОРАНОМ.....	102
Водолажская Е. Л., Салаватуллина А. Р., Бушуева Н. Е. ФАКТОРЫ РИСКОВ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ПУТИ ИХ СНИЖЕНИЯ.....	104
Кашапова Э. Н. ВЛИЯНИЕ ИНДУСТРИИ СЕРВИСА НА ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН	110
Киченина Т. Н., Мусаева С. Ф., Леонтьева Ю. А. ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОГО УЧЕТА В АГРОТУРИЗМЕ	111
Леонтьева Ю. А., Мусаева С. Ф., Скорнякова А. А. ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ЗАКАЗЧИКАМИ В ТУРИСТИЧЕСКИХ ФИРМАХ	114
Лутфуллина К. И., Андропова Е. С. ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В СФЕРЕ СЕРВИСА И ТУРИЗМА	117
Марьевский Н. С., Хисматов Д. Н. ФАКТОРЫ РОСТА СТОИМОСТИ АВИАБИЛЕТОВ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ.....	119
Нарзиева К. С. АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ	121
Рысаев Д. А., Хайруллина Д. И. ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ПО МСФО КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ДОВЕРИЯ И МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА	124
Салаватуллина А. Р., Бушуева Н. Е. ТРАНСПОРТНЫЕ РАСХОДЫ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА.....	127
Синявская Д. Д., ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕРВИСА.....	130
Сулейманова А. И., Андропова Е. С. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ СЕРВИСА В РФ	132

Тазетдинова А. Р. ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИКИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	134
Хайртдинова Л. Р. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ИНДУСТРИИ СЕРВИСА И ТУРИЗМА	137
Ханова Р. Р., Андропова Е. С. ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И СЕРВИСА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ	141
Хисматов Д. Н., Марьевский Н. С. ЦИФРОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В Г.КАЗАНИ	143

Раздел III

ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

Бартенева Н. Ю. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРИГОТОВЛЕНИЯ КОФЕЙНОГО НАПИТКА «ЛАТТЕ»	145
Бурминский А. В., Оробинская В. Н., Холодова Е. Н., Писаренко О. Н. ПРИМЕНЕНИЕ СУБЛИМИРОВАННЫХ ПЛОДОВ ЧЕРЕМУХИ В КАЧЕСТВЕ ИННОВАЦИОННОГО СЫРЬЯ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА ДЛИТЕЛЬНОГО ХРАНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СВО	149
Диброва С. И., Мойсеев Д. Ю., Сахно О. В., Рындач М. А. СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ И ТRENДЫ КОНДИТЕРСКОГО ИСКУССТВА	154
Ишмухаметова В. К. РАЗРАБОТКА ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ПУТЕВОДИТЕЛЯ ХМАО-ЮГРЫ «ЮГРА НА ВКУС» С УЧЕТОМ ПИЩЕВЫХ ТРАДИЦИЙ НАРОДОВ ХАНТЫ И МАНСИ	157
Самойлова С. А. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ГОСТЕЙ В ФОРМАТЕ ТЕМАТИЧЕСКОГО ШВЕДСКОГО СТОЛА В РЕСТОРАНЕ ГОСТИНИЦЫ НА «НАЦИОНАЛЬНОМ РУССКОМ УЖИНЕ НА НОВЫЙ ГОД»	159

Раздел IV

АРХИТЕКТУРА, ДИЗАЙН И ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ТВОРЧЕСТВО КАК ИНСТРУМЕНТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Акчурина Д. Ф. ПРИМЕР СИНЕРГИИ КУЛЬТУР КИТАЯ, ЯПОНИИ, РОССИИ: ХУДОЖНИК ОЛЕГ УСОВ В ПРОЕКТЕ «ЯПОНСКИЕ СЕЗОНЫ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН»	165
Александрова У. В., Фахрутдинова И. А. БИОФИЛЬНЫЙ ДИЗАЙН В АРХИТЕКТУРЕ КАК ПОДХОД К АРХИТЕКТУРЕ И ДИЗАЙНУ ИНТЕРЬЕРОВ	172
Мухутдинов Р. Ф., Афанасьев Т. В., Шухратова Л. Ш. ФОРМИРОВАНИЕ ГОСТЕПРИИМНОГО ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ МЕТОДОМ МЕДИА ПРОЕКТИРОВАНИЯ	176
Балина Т. Г., Прокусова Н. Н. КРАЕВЕДЧЕСКИЙ МУЗЕЙ И ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ГАЛЕРЕЯ КАК ОСОБАЯ СРЕДА ВОСПИТАНИЯ ПОДРАСТАЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ (НА ПРИМЕРЕ Г. КАМЫШИНА)	180
Баринев А. Ю., Титова Е. А. ПРОИЗВЕДЕНИЯ ХУДОЖНИКА КАК ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ГОРОДУ КАЗАНИ (НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА Е. А. ТИТОВОЙ)	183
Батршин С. Н., Фахрутдинова И. А. РОЛЬ КОНКУРСА ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА «ОТКРЫТЫЙ ПЛЕНЭР» В ПОЗНАНИИ УЧАЩИМИСЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ СРЕДЫ ГОРОДА	188

Гросси Франко Клаудио. АРХИТЕКТУРА И ИНЖЕНЕРНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ	192
Дмитриева Д. В., Титова Е. А. ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ К. Н. НАФИКОВА В АСПЕКТЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ ПО ИСКУССТВУ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	196
Зиятдинова А. Н., Раузеев И. З. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙРОСЕТЕЙ В РАЗРАБОТКЕ ДИЗАЙНА ДЛЯ ПРИЛОЖЕНИЯ	200
Ильясова Н. Р. РОЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ «ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО» В ОСВОЕНИИ ПРОФЕССИИ ДИЗАЙНЕРА	203
Казанцев Д. Д., Мухутдинов Р. Ф. МЕДИАЛОГОТИП КАК ЭЛЕМЕНТ БРЕНДИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА	206
Камышев И. А., Фахрутдинова И. А. ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОГО ФОРМАТА НА СОДЕРЖАНИЕ И КОМПОЗИЦИЮ КОМИКСА	210
Киреева А. Н., Мухутдинов Р. Ф. БРЕНДИНГ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА МЕТОДАМИ МЕДИА ДИЗАЙНА	213
Кошман М. А., Муслимова Р. Р., Черноперова П. А. КЛАУЗУРА, КАК СРЕДСТВО ПОИСКОВОГО РЯДА В РЕШЕНИИ ПРОЕКТОВ КАФЕДРЫ ДИЗАЙНА	218
Кошман М. А., Фахрутдинова И. А., Мортазина А. Р. ОПЫТ СОТРУДНИЧЕСТВА КАФЕДРЫ ДИЗАЙНА (ГИД, КИУ) С ВНЕШНЕЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ, ЗАКАЗЧИКОМ ДИЗАЙН-ПРОДУКТА	222
Кошман М. А. РАЗРАБОТКА ЭСКИЗНОГО ПРОЕКТА ВХОДНОЙ ГРУППЫ ДЕНДРАРИЯ ..	228
Крымская О. Л., Слободчикова Е. А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МУРАЛОВ КАК ИНСТРУМЕНТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	232
Мугаттарова Э. М., Фахрутдинова И. А. ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНТРА СЕМЕЙНОГО ТВОРЧЕСТВА «ГАИЛӘ УЧАГЫ – СЕМЕЙНЫЙ ОЧАГ» КАК СТРУКТУРНОГО ЭЛЕМЕНТА СОСЕДСКОГО ПРОСТРАНСТВА ЖИЛОЙ ГРУППЫ ПО УЛИЦЕ ПРОСПЕКТ ПОБЕДЫ ГОРОДА КАЗАНИ	236
Мухутдинов Р. Ф. ЭСТЕТИЧНАЯ СРЕДА – ВЕДУЩИЙ ФАКТОР СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ГОСТЕПРИИМНОГО ПРОСТРАНСТВА	242
Мухутдинов Р. Ф., Сибишова Л. Ф., Шухратова Л. Ш. ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ ИГРОВОГО КОНСТРУКТОРА ДЛЯ ДЕТЕЙ «МУРАВЬИШКА»: ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ	248
Мухутдинов Р. Ф., Сидакова Д. Г. ДИЗАЙН УПАКОВКИ ТОВАРОВ В СТИЛЕ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРНОЙ ТРАДИЦИИ	253
Спрожецкая Н. В. МЕТОДИКА УЧЕБНОГО ДИЗАЙН-ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ КАТАЛОГА «АРХИТЕКТУРНЫЕ СТИЛИ НА ПРИМЕРЕ КАЗАНИ»	258
Таубе М. В. УЛЬТИМАТИВНАЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ИЗДЕЛИЙ ДЛЯ «ХОЛОДНЫХ» РЕГИОНОВ РОССИИ	263
Тукманова З. Г. ПРОБЛЕМЫ ОСВОЕНИЯ ПРИБРЕЖНЫХ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ КАК ПОСЛЕДСТВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕННЫХ ИСТОРИЧЕСКИ ГЛОБАЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ	265
Шамсутдинов А. А., Раузеев И. З. ПРОФЕССИЯ БУДУЩЕГО: ПРОМПТ-ИНЖЕНЕР И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ДИЗАЙН И ЖИЗНЬ ЧЕЛОВЕКА	269
Юпина Г. А., Кошман М. А. ПРИНЦИПЫ ПОДБОРА АССОРТИМЕНТА ДРЕВЕСНО-КУСТАРНИКОВОЙ РАСТИТЕЛЬНОСТИ ПО ТИПОЛОГИИ СУЩЕСТВУЮЩЕГО ЛАНДШАФТА (НА ПРИМЕРЕ Г. КАЗАНИ)	273

Раздел V

СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ АСПЕКТЫ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Байзакова М. ПСИХОЛОГИЯ В МАРКЕТИНГЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА: ВЛИЯНИЕ НА ОПЫТ ТУРИСТОВ	278
Баранова Е. Д., Кондраков И. В. ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ СЕРВИСА	281
Gladys Elena Capote Leon. LA HOSPITALIDAD COMO POLÍTICA EDUCATIVA EN LAS UNIVERSIDADES CUBANAS.....	286
Вильданова Г. А., Дульмухаметова Г. Ф. СОВРЕМЕННАЯ КУЛЬТУРА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОЦИАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ, АКТУАЛИЗИРУЕМЫХ В НЕОЛОГИЗМАХ С КОМПОНЕНТОМ "CULTURE"	290
Голубева М. А., Кузьмина Е. К. ЯЗЫКОВОЙ ЛАНДШАФТ КАЗАНИ: АНГЛИЦИЗМЫ И ФРАНЦИЗМЫ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ	293
Дульмухаметова Г. Ф., Сиразиева З. Н., Вильданова Г. А. МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ОБЩЕНИЕ КАК ОСОБЫЙ ВИД МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ	297
Уткина Н. В., Иванова А. М. ПРОБЛЕМАТИКА ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА В НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ: КРАТКИЙ ОБЗОР	300
Исламов Т. Н. ГОСТЕПРИИМСТВО В БИБЛИОТЕКАХ КАК ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ УСПЕШНОЙ БИБЛИОТЕРАПИИ	305
Караева В. И., Беляев А. В. СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ	308
Кузьмина С. А., Андропова Е. С. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	311
Кузьминых К. А., Кутушева А. А. ПРИМЕНЕНИЕ РОБОТИЗАЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ	313
Павлова О. В., Кучер А. С. РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНОГО ПЛАНИРОВОЧНОГО РЕШЕНИЯ ТОРГОВОГО ОБЪЕКТА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.....	316
Постников Л. А. ЭФФЕКТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОТЕЛЕМ (PMS) С ДРУГИМИ СИСТЕМАМИ ОТЕЛЯ	318
Ткачева А. А., Кузьмина Е. К. АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ НАЗВАНИЯ БЛЮД В РЕСТОРАНАХ КАК СЛЕДСТВИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ГОРОДА КАЗАНИ).....	322
Трофимова Т. П., Прокофьева У. А., Матвеева Е. Л. ПРОБЛЕМЫ ДЕФИЦИТА КАДРОВ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	326
Хайруллина Э. И. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ ИЗ ОАЭ В ГОСТИНИЦЕ (НА ПРИМЕРЕ HALAL FRIENDLY).....	329
Шаймиева Э. Ш., Гумерова Г. И. ИММЕРСИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТУРИЗМА ПО СОЗДАНИЮ КОНКУРЕНТНОГО ТУРПРОДУКТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ: ПРИМЕНЕНИЕ В ПРОЕКТАХ, СТАРТАПАХ.....	334
Юркевич М. В., Грицук Я. А., Васильченко А. О. РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА	337

Раздел I

ТУРИЗМ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ

УДК 338.48

Александрова Виктория Романовна,
студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

Научный руководитель: **Замалетдинова Эльмира Наваилевна,**
к. э. н., доцент

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова
Казань, Россия

ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ ЧИСТОПОЛЯ

Аннотация. Статья рассматривает влияние туризма на развитие города Чистополя, Республики Татарстан, акцентируя внимание на изменениях в количестве туристов в период с 2021 по 2023 годы и выявляя ключевые факторы, которые способствуют или препятствуют туристической привлекательности региона.

Туризм может оказать значительное влияние на развитие города Чистополь, который славится своей историей, культурой и природными красотами.

По результатам опроса туристических агентств Республики Татарстан в период с 2021 по 2023 годы, количество туристов, посетивших город, имело значительные перепады. Так, 2021 году поток туристов составил 62 720 человек, что дало надежду на более активное посещение города Чистополь туристами. В 2022 году ситуация улучшилась, и количество посетителей возросло до 83 240 человек, что свидетельствовало о восстановлении туристической привлекательности Чистополя после пандемийного спада [1]. В период с 2021 по 2024 год внутренний туризм в России пережил бурный рост, связанный с пандемией COVID-19 и ограничением выездного туризма. Чистополь как город с историческим наследием и развивающейся туристической инфраструктурой испытал положительное влияние этой тенденции. Однако в 2023 году мы наблюдали резкое падение числа туристов до 36 979 человек. Чистополь – город Республики Татарстан на берегу реки Камы в 140 км от Казани. В Чистополе туристы редко останавливаются надолго. Чаще всего его посещают в виде речной экскурсии. В 2023 году в Чистополе началось строительство новой пристани с причальной стенкой. Предполагается, что отсутствие причала и привело к резкому спаду туристов. Власти города считают, что появление пассажирской пристани положительно повлияет на туристическую привлекательность Чистополя. Завершить строительство планируется в декабре 2025 года [3].

От развития туристической отрасли в городе ожидается улучшение следующих направлений:

1. Экономический рост: увеличение числа туристов способствует росту местной экономики. Это приводит к созданию новых рабочих мест в сфере обслуживания, гостиничного бизнеса, ресторанов и магазинов.

2. Развитие инфраструктуры города: для привлечения туристов городу необходимо улучшать свою инфраструктуру дороги, транспортные системы, гостиницы и культурные объекты. Это также благоприятно сказывается на жизни местных жителей.

3. Сохранение культурного наследия: туризм будет стимулировать сохранение исторических и культурных памятников, так как они становятся привлекательными для посетителей. Это приведет к необходимости финансирования реставрационных работ и культурных мероприятий [2].

4. Социальное взаимодействие: туризм способствует культурному обмену местных жителей и туристов, что помогает развивать понимание между различными культурами.

5. Увеличение инвестиций: привлечение туристов повысит интерес инвесторов к городу, что приведет к новым проектам и инициативам в различных сферах.

6. Промоция местного производства: туризм может помочь поддержать развитие местных ремесел и производств, таких как сувениры, кулинария и другие уникальные продукты, что поможет сохранить традиции и создать дополнительные источники дохода для местных жителей.

7. Экологические инициативы: развитие устойчивого туризма может привести к большему вниманию к экологическим проблемам и охране окружающей среды, что важно для сохранения природных ресурсов города.

Чистополь имеет все шансы стать заметным туристическим городом в Республике Татарстан, при условии дальнейшего развития своей инфраструктуры и культурного потенциала. Инвестиции в туристическую отрасль способны обеспечить экономический рост, создать новые рабочие места и улучшить качество жизни местных жителей.

Кроме того, возрождение интереса к Чистополю в условиях роста внутреннего туризма может способствовать сохранению местных традиций и культурного наследия. Грамотная туристическая политика и активные действия властей могут значительно изменить облик Чистополя, превращая его в привлекательный центр для путешественников. Это, в свою очередь, создаст основу для устойчивого роста и процветания города в будущем.

Alexandrova Victoria Romanovna,

student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

Scientific supervisor: **Zamaletdinova Elmira Navailevna,**

PeD, Associate Professor,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

THE IMPACT OF TOURISM ON THE DEVELOPMENT OF CHISTOPOL

Abstract. The article examines the impact of tourism on the development of the city of Chistopol, Republic of Tatarstan, focusing on changes in the number of tourists in the period from 2021 to 2023 and identifying key factors that contribute or hinder the tourist attractiveness of the region.

УДК 745

Бердникова Татьяна Михайловна,

доцент кафедры дизайна,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

преподаватель ДХШ № 5,

Шкляева Людмила Михайловна,

к. и., снс Центра искусствоведения,

Институт языка, литературы и искусства имени Г. Ибрагимова АН РТ,

преподаватель кафедры дизайна,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

СУВЕНИРНЫЕ КУКЛЫ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Аннотация. В данной статье описываются некоторые виды сувенирной продукции, созданной мастерами Татарстана. Выявляются перспективные тенденции развития сувенирной куклы, на примере художественного творчества А. С. Нурутдиновой. Она создает изделия, которые демонстрируют модели татарских костюмных комплексов. При их изготовлении автор стремится к точной проработке деталей, поэтому куклы могут способствовать приобщению

своих владельцев к национальному своеобразию Татарстана. Также в статье определяется место и значимость сувенирной куклы в региональной системе туризма.

Ключевые слова: сувенир, авторская кукла, татарская культура, туризм

В настоящее время среди туристов, посещающих Татарстан, наблюдается потребность в приобретении сувениров, которые могли бы послужить символом республики. Массовые унифицированные «китайские» сувениры вызывают их недовольство. Посещающие Казань туристы надеются на приобретение уникального сувенира, передающего своеобразие данного «места». Так сувенир становится носителем туристского бренда, способствует формированию туристских образов и территориальной идентичности.

Проблема привлекательности сувениров для туристов, изучалась такими специалистами как Т. Ю. Быстрова (2009) [1], Ю. А. Костюкова (2012) [2], А. А. Никифорова (2018) [3], Е. В. Стоякина (2020) [4], Ц. Чжан (2022) [5] и другие.

Результаты исследований показали, что наиболее востребованными стали гастрономические сувениры. На втором месте оказались изделия, которые могут не только украсить интерьер, но и послужить в быту. Третье и четвертое место достались косметике и украшениям. Пятое и шестое – разделили произведения искусства и куклы [6]. Все перечисленные предметы объединяет одно общее качество – они служат позитивным напоминанием о поездке (для туриста), также они являются инструментом продвижения туристской дестинации (для турбизнеса).

Практика показывает, что наиболее востребованными оказываются сувениры, отражающие ту или иную из «легенд» Татарстана (в первую очередь связанных с культурой татарского народа), чем известнее «история», тем выше спрос (образы царицы Сююмбике, казанского кота) [7]. Здесь следует отметить, что указанная тематическая сувенирная продукция является значительным фактором для развития такого сегмента туризма, как «культурный», «этнический» или «этнографический». Основным содержанием этого важного направления является ознакомление с традициями народа, с его уникальным художественным творчеством, которое в данном случае представлено образцами самобытных ремесел, выполненными с учетом веками наработанных канонов. Так, большой поток туристов стремится в Старую Татарскую слободу или в Туган Авыл, рассчитывая стать на «момент» участником жизни татар и приобрести соответствующие сувениры. Кратко описывая предлагаемый там ассортимент, хотелось бы подробнее остановиться на куклах.

Изготовлением авторских кукол в Татарстане занимаются множество мастериц. Среди них многие стремятся достойно раскрыть образы, отражающие татарскую самобытность. Так, исполнительниц сувенирных этнографических кукол привлекает тема татарского костюма. Среди них выделяется Альбина Самитовна Нурутдинова. Ее работы базируются на реальных экспедиционных исследованиях кандидата искусствоведения Людмилы Михайловны Шкляевой. К воплощению образов А. С. Нурутдинова приступила в 2017 году и продолжает эту деятельность до настоящего времени.

Высота интерьерных кукол, выполненных А.С. Нурутдиновой из натуральных материалов, достигает 38–40 см. Внутри рук и ног текстильных кукол находятся медные проволоки, благодаря которым они гнутся. Указанному масштабу соответствуют текстильные костюмы и декоративная отделка, для которых мастерица выбирала старинные ткани, либо заказывала новые, но исполненные по старинным технологиям ручным способом, как и вышитую отделку головных уборов, нагрудников и фартуков. В зависимости от прообраза определенные элементы одежды декорированы либо традиционным тамбурным швом нитями мулине, либо швом вприкреп золотными нитями. Известно, что городские и сельские татарки одевались по-разному. При этом были общие каноны стиля конца XIX – начала XX в. Поэтому на всех куклах надеты длинные свободного кроя туникообразные рубахи или платья («кульмек») с высокой круглой горловиной и разрезом впереди, прикрытым нарядным «нагрудником» («изю»). Под рубахой прячутся штанишки (иштан) длиной по щиколотку. Куклы,

изображающие городских татарок, обуты в узорные сапожки из натуральной кожи, имитирующие «ичиги». Для сельских кукол мастерица плетет лыковые лапти. Всех кукол украшают бусы и серьги. А. С. Нурутдинова создает сувенирных кукол в народных костюмах различных этнографических групп, но наибольшей популярностью пользуются модели казанских татарок, отражающие во внешнем облике данные о сословной принадлежности и статусе. Они заключают в себе сложное семантическое значение, проявляющееся в стилизованных особенностях [8].

Кроме описанных выше изделий, А. С. Нурутдинова делает игровых текстильных кукол ростом 14 см, представляющих собой образы сельских девочек-татарок, одетых в ситцевые платьица с рисунком в мелкий цветочек, камзолы, белые штанишки и лапти из натурального лыка. Голову покрывает платочек, завязанный по-татарски так, что узел из двух концов находится на затылке, а основное поле изделия покрывает спину. Благодаря каркасным проволочкам внутри игрушки, куклу можно посадить и т. д. Она является желанным сувениром для соответствующего сегмента туристов (семей, где есть девочки и др.), так как не только передает своеобразие татарского народного костюма, но и предоставляет возможность использовать ее по прямому назначению.

Еще одной разновидностью сувенирной куклы, изготовленной А. С. Нурутдиновой, стала «кукла на чайник», предназначенная для накрывания заварного чайника, чтобы сохранить его тепло. Этот предмет для использования в быту выглядит, словно сельская татарка, но в пышной юбке (пустой снизу). Она украсит любой стол, накрытый для чаепития, и напомнит о приятном посещении Казани.

Таким образом, Татарстан привлекает к себе огромный поток туристов, которые селятся обычно в гостиницах. Там их можно познакомить с сувенирной продукцией, отражающей культуру татарского народа. Это может стать одним из факторов продвижения туристской дестинации.

Список литературы

1. Быстрова Т. Ю., Хисматулин А. К. Сувенир – это серьезно: социально-коммуникативный анализ сувенира. Екатеринбург: Рекламная студия "ra4.ru", 2009. 96 с.
2. Костюкова Ю. А. Проектирование авторской сувенирной продукции из текстиля на тему «Кострома – Родина Снегурочки» // Вестник Костромского гос. технологич. ун-та. 2012. Т.1. С. 57.
3. Никифорова А. А., Скульмовская Л. Г. Сувенирная продукция в музеях: современные кейс-практики // Вестник культуры и искусств. 2018. № 2(54). С. 80–88.
4. Стоякина Е. В., Лебедева Т. В. Сувенирная продукция как способ продвижения туризма в Костроме // Визуальные искусства в XXI веке. 2020. С. 66–68.
5. Чжан Ц. Исследование креативной стратегии дизайна сувенирной продукции для культурного туризма. На примере нематериального культурного наследия Хулунбуирского региона в Китае: Автореф. дис. ... канд. культурологии. Москва, 2022.
6. Политова М. А. Кукла арт-объект или игрушка: реализация двух функциональных задач от древнего мира до современности // Теория и история искусства. 2020. № 3–4. С. 132–146.
7. Афанасьев О. Е., Афанасьева А. В. Туристские легенды как составляющая экономики впечатлений и процесса формирования опыта путешествий // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т. 13, № 2. С. 7–20.
8. Колчина Е. В. Этнографическая кукла: в поисках смыслов (на примере коллекции кукол конца XIX в. – начала XX века Российского этнографического музея) // 25 лет евразийской интеграции от истоков к реалиям. СПб: АНКО ВО университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС, 2020. С. 229–248.

Tatyana Mikhailovna Berdnikova,
teacher of Secondary School No. 5 in
Kazan, Russia

Shklyueva Lyudmila Mikhailovna,
PhD, SNS of the Center of Art Criticism Institute of Language, Literature and Art named
after G. Ibragimov of the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan

SOUVENIR DOLLS AS ONE OF THE PROMOTION FACTORS A TOURIST DESTINATION

Abstract. This article describes some types of souvenirs created by craftsmen of Tatarstan. There are some promising trends in the development of souvenir dolls, using the example of the artistic creativity of A.S. Nurutdinova. She creates products that demonstrate models of Tatar costume complexes. When making them, the author strives for precise elaboration of details, so dolls can contribute to familiarizing their owners with the national identity of Tatarstan. The article also defines the place and importance of the souvenir doll in the regional tourism system.

Keywords: souvenir, designer doll, Tatar culture, tourism

References

1. Bystrova T. Yu., Hismatulin A. K. Suvenir – eto ser'yožno: social'no-kommunikativnyj analiz suvenira. Ekaterinburg: Reklamnaya studiya "ra4.ru", 2009. 96 s.
2. Kostyukova Yu. A. Proektirovanie avtorskoj suvenirnoj produkcii iz tekstilya na temu «Kostroma – Rodina Snegurochki» // Vestnik Kostromskogo gos. tekhnologich. un-ta. 2012. T.1. S. 57.
3. Nikiforova A. A., Skul'movskaya L.G. Suvenirnaya produkcija v muzeyah: sovremennye kejs-praktiki // Vestnik kul'tury i iskusstv. 2018. № 2(54). S. 80–88.
4. Stoyakina E. V., Lebedeva T. V. Suvenirnaya produkcija kak sposob prodvizheniya turizma v Kostrome // Vizual'nye iskusstva v XXI veke. 2020. S. 66–68.
5. Chzhan C. Issledovanie kreativnoj strategii dizajna suvenirnoj produkcii dlya kul'turnogo turizma. Na primere nematerial'nogo kul'turnogo naslediya Hulunbuirskogo regiona v Kitae: Avtoref. dis. ... kand. kul'turologii. Moskva, 2022.
6. Politova M. A. Kukla art-ob"ekt ili igrushka: realizaciya dvuh funkcional'nyh zadach ot drevnego mira do sovremennosti // Teoriya i istoriya iskusstva. 2020. № 3–4. S. 132–146.
7. Afanas'ev O. E., Afanas'eva A. V. Turistskie legendy kak sostavlyayushchaya ekonomiki vpechatlenij i processa formirovanii opyta puteshestvij // Sovremennye problemy servisa i turizma. 2019. T. 13, № 2. S. 7–20.
8. Kolchina E. V. Etnograficheskaya kukla: v poiskah smyslov (na primere kollekcii kukol konca XIX v. – nachala XX veka Rossijskogo etnograficheskogo muzeya) // 25 let evrazijskoj integracii ot istokov k realiyam. SPb: ANKO VO universitet pri Mezhpapamentskoj Assamblee EvrAzES, 2020. S. 229–248.

Булдаков Вадим Олегович,

студент,

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»,

Научный руководитель: Киреева Юлия Александровна,

к. п. н., доцент,

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»

Москва, Россия

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ЕВРЕЙСКОЙ АВТОНОМНОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема развития сферы туризма на территории РФ. Также изучается тема развития такого субъекта Российской Федерации, как Еврейская автономная область (ЕАО). В статье приведена статистика, касающаяся данного туристского направления. Выделены основные проблемы, с которыми сталкивается ЕАО, и предложены рекомендации по развитию данного субъекта с туристской точки зрения.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, Еврейская автономная область, туристские услуги, рекомендации

Индустрия туризма и гостеприимства является одной из сфер экономики, на которую пристально обращает внимание Правительство РФ. Причиной сосредоточенности на сфере туризма является интерес со стороны государства к повышению доли данной отрасли в ВВП (внутренний валовый продукт). В 2024 году Президент Российской Федерации, Владимир Владимирович Путин, на совещании, посвященном вопросу по созданию круглогодичных федеральных курортов (проект «Пять морей и озеро Байкал»), заявил, что в течение следующих 10 лет необходимо увеличить долю вклада индустрии туризма и гостеприимства в ВВП России в 2 раза, то есть до 5 % [1]. Исходя из данного тезиса будет нетрудно посчитать долю вклада индустрии туризма и сервиса в ВВП. Согласно данным от Росстата, в 2023 году вклад туризма в ВВП страны составил 2,8 %, что составило на 0,2 % больше, чем в 2022 году (табл. 1).

Таблица 1

Экономический вклад в развитие туризма России

Показатель	Год					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Доля добавленной стоимости в ВВП (в текущий ценах, %)	2,7	2,8	2,4	2,6	2,6	2,8

При анализе данной таблицы, можем прийти к заключению о том, что сфера туризма не содействует развитию ВВП России. Одной из причин является «Пандемия COVID-19», которая поспособствовала снижению темпов роста индустрии туризма, ввиду сокращения количества туристских поездок внутри России и повышения затрат на содержание сферы туризма и гостеприимства. Например, антикризисные государственные меры по недопущению банкротства предприятий туристической индустрии (налоговые каникулы, льготное кредитование для турфирм, субсидии авиакомпаниям и т. д.). С другой стороны, со стороны государства была проведена политика, направленная на переориентацию туристских интересов граждан. Иными словами, был изменен вектор с выездных поездок на поездки внутри России. Несомненно, данному явлению поспособствовало внедрение «туристского кэшбека», благодаря которому русские туристы смогли путешествовать внутри страны, при этом получая определенный процент (до 20 %) от стоимости туристской путевки. Высшая Школа экономики провела исследование, касаясь туристского потока до «Пандемии», было посчитано, что в 2019 году внутренний туристский поток составил 24,8 миллионов туристов. В 2022 году внутренний туристский

поток составил более 60 миллионов туристов, согласно статистике Росстата. При этом туристский поток распределен по всей стране неравномерно, если рассматривать статистику туристских поездок. Например, если рассматривать туристский поток двух соседних федеральных округов: Сибирский и Дальневосточный, то очевидно превосходство Сибирского федерального округа в 2 раза (табл. 2 и табл. 3).

Таблица 2

Количество туристских поездок в 2024 в Сибирский федеральный округ [3]

Регион РФ	2024 год								
	январь	январь-февраль	январь-март	январь-апрель	январь-май	январь-июнь	январь-июль	январь-август	январь-сентябрь
Сибирский федеральный округ	843,301	1,686,511	2,660,754	3,442,728	4,275,492	5,406,299	7,538,788	9,540,624	10,787,483
Республика Алтай	35,552	73,564	117,003	185,455	284,591	338,772	556,191	758,129	902,456
Республика Тыва	8,847	17,306	26,352	31,643	36,694	50,465	63,054	72,922	72,852
Республика Хакасия	23,264	43,848	68,873	105,725	135,757	199,009	298,938	369,525	408,461
Алтайский край	86,785	179,662	283,398	395,478	518,714	694,361	983,293	1,223,525	1,374,100
Красноярский край	123,751	243,459	380,930	509,690	639,125	821,301	1,086,386	1,332,321	1,504,448
Иркутская область	105,467	220,596	339,325	430,368	515,738	651,785	867,995	1,074,314	1,208,416
Кемеровская область - Кузбасс	200,669	395,819	640,185	699,846	757,230	856,604	993,338	1,111,480	1,194,597
Новосибирская область	118,886	241,080	380,230	550,860	728,174	988,135	1,683,774	2,400,193	2,804,702
Омская область	112,631	216,273	331,146	406,875	439,582	592,922	723,958	847,959	920,993
Томская область	27,449	54,904	93,282	126,788	165,887	212,945	281,861	350,156	393,458

Таблица 3

Количество туристских поездок в 2024 в Дальневосточный федеральный округ [3]

Регион РФ	2024 год								
	январь	январь-февраль	январь-март	январь-апрель	январь-май	январь-июнь	январь-июль	январь-август	январь-сентябрь
Дальневосточный федеральный округ	346,219	708,461	1,128,412	1,577,809	2,032,813	2,633,306	3,596,712	4,605,285	5,304,671
Республика Бурятия	31,160	64,673	106,154	148,610	195,064	294,233	473,485	635,416	703,037
Республика Саха (Якутия)	16,802	34,945	54,254	72,037	89,398	109,516	133,991	158,359	173,878
Забайкальский край	13,695	26,079	54,959	93,099	122,938	195,378	278,378	340,170	361,719
Камчатский край	31,114	63,466	98,952	134,583	172,688	200,588	247,234	298,272	334,073
Приморский край	97,027	200,466	320,716	440,310	568,286	717,256	1,118,713	1,587,971	1,940,884
Хабаровский край	94,240	193,937	297,002	394,948	500,811	641,430	780,005	916,757	1,036,582
Амурская область	27,283	51,573	78,478	140,028	193,610	245,040	279,983	322,342	360,662
Магаданская область	5,813	11,850	18,793	27,860	33,445	41,594	53,659	71,147	78,333
Сахалинская область	25,683	53,439	84,947	102,539	123,153	144,682	173,324	202,943	229,981
Еврейская автономная область	2,234	5,177	9,118	15,535	22,756	30,691	35,492	39,980	43,584
Чукотский автономный округ	1,168	2,866	5,039	8,260	10,684	12,898	22,448	31,938	41,938

Еврейская автономная область (ЕАО) – один из самых непопулярных для туризма субъектов Дальневосточного федерального округа, наравне с Чукотским автономным округом. Разумеется, данный вывод может быть сделан по данным статистики, представленной выше. Проблема данной территории, во-первых, заключается в том, что она расположена в удаленной местности, что вызывает отторжение у потенциальных туристов. Во-вторых, в Дальневосточном федеральном округе присутствует ряд более привлекательных дестинаций, пользующихся популярностью у туристов: Камчатский край, например, ввиду наличия необычной природы; Республика Якутия привлекает туристов своей загадочностью, антуражем, традициями и обычаями; Еврейская автономная область не может предложить подобного в массовом сознании, к сожалению. В-третьих, маркетинговая система продвижения региона плохо развита, соответственно, туристы не совсем представляют то, чем они будут заниматься, находясь на потенциальном отдыхе в ЕАО.

Еврейская автономная область славится своей уникальной культурой, корни которой уходят в древние еврейские традиции. В 2024 году в ЕАО было совершено более 43 000 поездок. Согласно данным сайта администрации ЕАО, субъект вошел в список участников национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в 2023 году. В рамках данного проекта ЕАО в 2024 году получила 30 миллионов рублей на развитие туризма [4]. Однако стоит отметить, что данная сумма носит незначительный характер, так как на эти деньги невозможно построить достойный, качественный отель. Исходя из данных, представленных выше, следует перейти к исследованию состояния индустрии туризма и сервиса на выбранной территории.

В настоящее время на территории ЕАО:

- количество гостиничных комплексов – 5 (все расположены в столице – Биробиджане) + 2 санатория (Санаторий «Кульдур» и Санаторий «Горняк»);
- экологические объекты – 41 (самый известный – «Государственный национальный заповедник Бастак» [5];
- объекты туристского показа – 22 достопримечательности, самые популярные – Набережная реки Биры, Краеведческий областной музей, Волочаевская сопка (памятник «Волочаевское сражение»), Биробиджанская областная филармония и синагога в Биробиджане (Бейт Менахем) + в качестве объекта развлечения для активного отдыха можно выделить горнолыжный комплекс «ФОМА» в Биробиджане;
- транспортная инфраструктура – на территории Еврейской автономной области нет аэропорта (ближайший аэропорт расположен в Хабаровске), имеется ж/д вокзал, расположенный в Биробиджане, длина автомобильных дорог – 3 000 километров общего пользования;
- количество человек, задействованных в сфере туризма и гостеприимства – данных нет;
- наличие туристских проектов на территории – туристский проект «Еврейское местечко», рассчитанный не только на российских туристов, но и на иностранных. Включает в себя тур по Еврейской автономной области, направленный на знакомство с данной территорией, посредством дегустации местной кухни (шницель по-биробиджански, форшмак и т. д.), осмотра местных достопримечательностей (набережная реки Биры, Краеведческий областной музей, государственный национальный заповедник «Бастак» и т. д.).

Проанализировав составляющие туристской индустрии в ЕАО, следует составить SWOT-анализ данного субъекта РФ с точки зрения туризма (табл. 4).

Таблица 4

SWOT-анализ Еврейской автономной области

Сильные стороны	Слабые стороны
– Интересная историческая составляющая Еврейского народа и данной дестинации. – ЕАО является не самым популярным субъектом РФ для туризма, что является хорошим подспорьем для инвестирования в данный регион, поскольку основной акцент можно сделать на иностранцев (например, на туристов из Китая)	– Плохо развита туристская инфраструктура. – Удаленность субъекта. – Наличие более конкурентоспособных субъектов РФ в данном федеральном округе, которым отдают предпочтения туристы
Возможности	Угрозы
– Создание дополнительных туристских предложений, направленных на иностранцев, которым интересна история еврейского народа (возможно, стоит привлекать евреев из других стран с целью изучения истории евреев в России). – Повторное внедрение туристского кэшбека для данной дестинации; программа государственного-частного партнерство с целью реновации и постройки не только инфраструктуры (гостиницы, новые точки притяжения туристов и т. д.), но и субструктуры). – Создание и продвижение туристского бренда в массы благодаря продвижению этой идеи на федеральный уровень; создание маркетинговой стратегии по продвижению данного туристского бренда; создание выпуска телевизионного шоу, направленного на рассказ про ЕАО и популяризацию данного направления среди туристов	– Нерентабельность инвестиций в данный субъект как для государства, так и для частных инвесторов. – Шанс на неповышение спроса туристов на туры в Еврейскую автономную область. – Маркетинговая стратегия может не оправдать себя, ввиду специфики расположения субъекта и сущности предлагаемых туристских продуктов

Изучив представленный выше SWOT-анализ, следует полагать, что Еврейская автономная область располагает значительными возможностями для как экономического, так и туристского роста. Однако она может столкнуться с представленными выше идеями, ввиду различных факторов, обозначенных ранее. Несмотря на представленные трудности, стоит предположить, что часть из заявленных предложений по улучшению данного субъекта вполне реализуема, и, соответственно, способна поспособствовать росту индустрии туризма и гостеприимства на территории Российской Федерации [6].

Рекомендации по улучшению сферы туризма на территории ЕАО

Стоит начать с того, что туристы воспринимают территорию сначала визуально, а потом уже только аналитически. Разумеется, все начинается с потенциальных туристов, которые ищут место, где они могут провести свой отдых. Одним из способов выбора дестинации для отдыха является туристский бренд территории, направленный на четкий и краткий рассказ о дестинации, чем она привлекательна и почему туда стоит поехать. Однако не во всех субъектах РФ присутствует собственный туристский бренд, к которым можно отнести и ЕАО.

Следовательно, в качестве первой рекомендации можно указать создание единого туристского бренда Еврейской автономной области, который смог бы выделить данный субъект на фоне своих «соседей». Основной логотипа следует сделать «Звезду Давида» в качестве главного элемента притяжения для туристов, так как у них сразу возникнет ассоциация с Израилем и еврейским народом. Также, возможно, стоит добавить изображение градообразующей реки Биробиджана – реки Биры. Напоследок, вполне гармонично будет вписываться включение одного из национальных еврейских блюд, которое можно попробовать в столице ЕАО. Например, форшмак или шницель по-биробиджански.

В качестве второй рекомендации следует указать привлечение новых туристских кадров на территорию ЕАО, так как отсутствуют данные по количеству человек, работающих в индустрии туризма и гостеприимства, однако возникает предположение, что их мало. Также стоит привлечь новых экспертов ресторанного и гостиничного бизнеса с целью повышения уровня сервиса в регионе.

В качестве последней рекомендации следует указать проведение полного зонирования территории с целью выявления туристского потенциала других районов ЕАО с целью последующего инвестирования и повышения уровня сервиса для сферы туризма, и гостеприимства. Проблема заключается в том, что Биробиджан является самым развитым субъектом данной территории, а вот остальные – не пользуются популярностью среди туристов. Соответственно, следует полностью изучить оставшуюся территорию субъекта, за исключением Биробиджана, сформировать список потенциальных туристских аттракций и начать процесс инвестирования в данные субъекты.

Исходя из выполненной работы, стоит отметить, что представленные меры могут поспособствовать росту туристского потока в ЕАО, что повлечет за собой рост экономики субъекта. Ключевой проблемой реализации таких положений является малая исследованность и низкая инвестиционная привлекательность территории.

Список литературы

1. Сайт администрации Президента РФ / [Электронный ресурс] – URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/73754> (дата обращения: 13.11.2024).
2. Ассоциация туроператоров / [Электронный ресурс] – URL: <https://www.atorus.ru/node/56926> (дата обращения: 13.11.2024).
3. Информационный источник «Росстат» / [Электронный ресурс] – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2024.pdf (дата обращения: 13.11.2024).
4. Официальный портал органов государственной власти Еврейской автономной области / [Электронный ресурс] – URL: <https://www.eao.ru/gubernator/press-sluzhba-gubernatora-soobshchaet/turisticheskiy-potentsial-eao-razvivaetsya-cherez-natsproekt> (дата обращения: 13.11.2024).

5. Ларкина, С. В. Рекреационные ресурсы Еврейской автономной области / С. В. Ларкина // Инновационный сервис : Материалы II Всероссийской научно-практической студенческой конференции, Чита, 31 мая 2022 года / Отв. редактор А. Ю. Устюжина. – Чита: Забайкальский государственный университет, 2022. – С. 68–76. – EDN: QEMQAQ.

6. Перспективы развития туризма в Еврейской автономной области / Т. М. Позднякова, О. А. Волкова, Н. А. Кожунова [и др.] // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации : Сборник трудов VIII Всероссийской (с международным участием) научной конференции, Севастополь, 01–02 ноября 2023 года / Отв. редактор Д.В. Смирнов. – Москва: Издательство «Перо», 2023. – С. 110–113. – EDN: GKWJIE.

Vadim Olegovich Buldakov,
student,

Russian State University of Tourism and Service (RGUTS),
Moscow, Russia

Yulia Alexandrovna Kireeva,
Scientific supervisor,

Ph.D. (Pedagogics), associate professor
Russian State University of Tourism and Service (RGUTS),
Moscow, Russia

RECOMMENDATIONS FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION (BASED ON THE EXAMPLE OF THE JEWISH AUTONOMOUS REGION)

Annotation. This article is about the problem of the tourism development in the Russian Federation. The topic of the development of such a subject of the Russian Federation as the Jewish Autonomous Region (JAO) is also being studied. The article provides statistics regarding this tourist destination. The main problems faced by the Jewish Autonomous Region are highlighted and recommendations for the development of this entity from a tourism point of view are proposed.

Keywords: tourism, domestic tourism, Jewish Autonomous Region, tourist services, recommendations

УДК 338.48

Валиева Альмира Фыларисовна,
магистрант,

Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ),
Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ ТУРИЗМА

Аннотация. Актуальность исследования является увеличением программных систем в туристической области России. Цель темы – проанализировать систему управления качеством. Основные результаты демонстрируют, что критерием успешного обслуживания являются не только стандарты, но и профессиональные качества сотрудников, такие как коммуникабельность и стрессоустойчивость. Выводы подчеркивают, что для достижения высокого уровня сервиса необходимо сочетание технических знаний и личных навыков работников. Теоретическая значимость исследования заключается в разработке критериев оценки качества, а практическая – в рекомендациях по улучшению обслуживания, что может повысить конкурентоспособность туристических компаний.

В России каждый год вступают в работу новые программы, связанные туристической деятельностью, так же и других касающиеся этой отрасли. Предприятия и организация, работающие в туристической сфере, стараются постоянно улучшать и повысить уровень качества для клиентов. Руководители таких сфер разрабатывают определенные стандарты и правила для оперативной и качественной работы всех подразделений, наблюдать и отвечать по всем требованиям. При внесении определенных стандартов можно анализировать результативность и эффективность обслуживания в предприятии, если находятся недостатки можно быстро найти и устранить их. Например, время ответа на входящий звонок для бронирования или внешний вид сотрудников и их заинтересованность в работе.

Основная цель системы управления качеством в туристической организации заключается в максимальном удовлетворении индивидуальных потребностей туристов. Для формирования предложения услуг организация использует внешнюю информацию, включая экономическое развитие региона, экологическую ситуацию, безопасность, а также наличие уникальных туристических объектов. Политика качества определяется несколькими аспектами: работой с потребителями, которые определяют цели управления качеством; анализом политической и экономической ситуации в государстве; подбором высококвалифицированных кадров.

Качество в туристической организации главная цель, так как если качество предоставляется не на высшем уровне, клиенты не будут идти в организацию. На сегодняшний день есть критерий как звездность отелей, где самая высокая оценка это пять звезд, по этой причине большинство клиентов в гостиничной индустрии выбирают звездные отели. Гостиницам, которые не получили звезду, трудно набрать должное количество гостей для эффективной работы. Звезда отелю отдается при соблюдении по международным правилам. Для получения одной звезды отелю нужно только соблюдать правила предоставления главной услуги, а именно предоставления жилья, и безопасность, подходит для коротких поездок. Две звезды можно получить при личном санузле и ежедневной уборке номера. Три звезды получают за красиво оформленный номер мебелью, освещением и завтраком. Четыре звезды можно получить за то, что в номере будет сейф, кондиционер, в ванной – гигиенические принадлежности. Пять звезд можно получить при номерах большей площади, можно предоставлять множество разных дополнительных услуг, как массаж, СПА процедуры, бассейн, конференц-зал и другие услуги.

Стандарты, которые могут устанавливаться в туристическом бизнесе, не помогут решить все проблемы, так как бывает разнородность клиентов, с которыми по правилам не получится решить проблему, к ним нужно будет подходить с индивидуальным решением. Значительная часть решения проблем зависит от самих сотрудников, которые помогут решить проблемы, так же они должны обладать такими навыками как:

- Точно знать, что хочет и требует клиент при выборе услуги.
- Умение распознать эмоциональное восприятие на предоставленные услуги.
- Помочь и быстро среагировать и что-то изменить, если клиенту не понравилось услуга.

Сотрудники туристической области должны обладать знаниями в туристической сфере, навыками предоставления услуги, а также иметь умственные качества и психологическую подготовку, это поможет найти подход каждому клиенту для удовлетворенности потребностей.

Многие клиенты, которым понравилось оказание услуги в гостинице или в туристических услугах, делятся своими эмоциями с друзьями, родственниками или знакомыми, такой подход называется «сарафанное радио», именно такое исследование было проведено в США. Исследование показывает, если клиент удовлетворен услугой, то он положительно расскажет о своих эмоциях пяти людям. Если клиенту не понравился сервис обслуживания или потратил впустую деньги и время, то об этом он сообщит минимум десяти людям.

В каждой туристической организации есть служба, которая занимается такими задачами, как:

- Сертификация услуг, для каждой услуги должна быть сертификация, которая соответствует международным требованиям стандартов по правилам и по содержанию.
- Проведение обучения для сотрудников для повышения компетенции. Поможет более грамотно ответить на требования клиента.

– Анкетирование и проведение опроса у клиентов до предоставления услуг и после оказанной услуги.

В гостиничной инфраструктуре первым лицом клиента являются администраторы ресепшн, они должны проинформировать гостя и принять бронирование на заселение, рассказать про другие сопутствующие услуги, которые могут предоставить гостю. Это показывает все требования к сотрудникам, где они помогают общаться с гостем.

После выполнения задач, также полученной информации управляющая сторона будет руководствоваться этим при дальнейшем изменении или доработке оказываемых услуг. В некоторых организациях вызывают специально обученного человека на просмотр работы сотрудников, оказание услуг и отзывов клиентов, который в конце показывает, где недостатки и положительные качества в организации. Руководителям будет проще выявить ошибки и улучшить деятельность, если будет отзыв со стороны на проделанную работу, что увеличивает эффективную работу сотрудниками и клиентами.

Для дальнейшей качественной работы в туристической индустрии нужно:

1. Знать и соблюдать основные принципы в сфере туризма, как:

– Клиентам должны оказывать услугу так как это заложено и прописано в документах.

– Реклама и буклеты должны соответствовать к заявленному тексту не как не преувеличенно.

– Услуги должны быть по требованиям рынка соответствовать современным показателям и интересам.

2. Главное в бизнесе – это сотрудники, они лицо компании, и мы должны с ними работать.

– Предоставить комфортные условия для эффективной работы (сплоченный коллектив, понимающее руководство).

– Обязательное знание миссии и цели компании сотрудниками, а также знание содержания предоставляемых услуг и правила компании.

– Мотивация сотрудников (премии, бонусы, акции, скидки, санатории) для оперативной и тщательной работы.

– Знание психологического общения с разными клиентами, компетентность.

3. Оптимизация и структурирование процессов в компании. Необходимо минимизировать количество процессов, чтобы снизить вероятность ошибок при их выполнении, при этом не теряя в качестве услуг.

4. Контролировать предоставление услуги, на качество и правильное предоставление информации:

– Составлять оценочную систему для получения обратной связи о предоставленной услуге от клиента.

– Анализировать с помощью разных методик работу с реальной ситуацией.

– Создать систему самоконтроля для сотрудников.

– Вовлекать сотрудников в оценивание качества услуг.

– Оперативно контролировать службы туристической индустрии.

После внедрения задач и навыков нужно мониторить и следить за соблюдением всех задач. Исходя из этого, можно выделить критерия систем менеджмента качества, а именно:

1. Система должна гарантировать стабильный и высокий уровень качества в предприятии, должно соответствовать международным стандартам.

2. Система должна выступать как инструмент для разработки специальных технологий рационального управления.

Таким образом, для эффективной и оперативной работы в туристической индустрии нужно следовать не только указанным задачам и навыкам, но и соответствовать ГОСТам в туристическом бизнесе, так как это поможет соответствовать международным качествам и правилам, а тем, кто не соблюдает все эти требования, придется уйти с туристического рынка.

Список литературы

1. Быстров С. А. Финансовый менеджмент в туризме. СПб., 2016. 546 с.
2. Галенская Л. Н., Михеева Н. А. Менеджмент в социально-культурной сфере. СПб., 2018. 244 с.
3. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. М., 2018. 541 с.

Valieva Almira Fylarovna,

undergraduate student,

Kazan National Research Technological University (KNITU)

FEATURES OF QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS FOR TOURISM SERVICES

Abstract. The relevance of the study is due to the growth of software documentation in the Russian tourism industry requiring service quality improvements. The main results demonstrate that the criteria for successful service are not only standards, but also professional qualities of employees, such as sociability and stress tolerance. The conclusions emphasize that in order to achieve a high level of service, a combination of technical knowledge and personal skills of employees is necessary. The theoretical significance of the study lies in the development of quality assessment criteria, and the practical one is in recommendations for improving service, which can increase the competitiveness of travel companies.

УДК 338.488.2 : 640.41 (470.23) : 502.13

Ванина Полина Александровна,

студент,

Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина

научный руководитель

Шкуропат Светлана Геннадьевна,

кандидат культурологии, доцент,

Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ВНЕДРЕНИЮ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ ЭКОХУТОРА «АККАЛА»)

Аннотация. Растущий спрос на экопродукцию и повышение экологической грамотности отельеров и гостей делает актуальным вопрос о внедрении политики экологического менеджмента как конкурентного преимущества. Цель исследования: разработка рекомендаций по внедрению экологических инноваций на экохуторе «Аккала». Информационной базой исследования стали: нормативные документы, интернет ресурсы, сайты предприятий и т. п. Рекомендации применимы в практической деятельности, способствуют уменьшению потребления ресурсов, влияют на экологическую ответственность эко-хутора, а экологические семинары, укрепят его экологический имидж и получить ряд конкурентных и имиджевых преимуществ.

В контексте растущего интереса общества к экологически ответственным практикам и устойчивому развитию, вопросам окружающей среды уделяется все большее внимание. Рекомендации были разработаны автором для экохутора «Аккала» (Ленинградская область) на основе рекомендаций программ экологической сертификации, таких как «Зеленый ключ» и «Листок жизни».

Рекомендации автора, направленные на прохождение эко-сертификации и получение экомаркировки:

1. Для прохождения экологической сертификации и получения экологического знака рекомендуется подать заявку на получение экологического сертификата «Листок жизни» у «Экологического союза». Этот сертификат подтверждает стремление предприятия к экологической ответственности и помогает привлечь внимание к средству размещения как к экологически устойчивому предприятию.

2. Стоимость услуг составит [1]:

– Сертификация: 190 000 рублей.

– Инспекционный контроль: 110 000 рублей (проводится через 1,5 года после сертификации).

– Взнос за пользование знаком: 50 000 рублей в год (малое предприятие), взимается ежегодно.

Итоговая стоимость за сертификационный цикл (3 года), без учета командировочных расходов: 450 000 рублей. Это стоимость за весь сертификационный период.

3. Чтобы успешно пройти эко-сертификацию и получить эко-маркировку «Листок жизни», рекомендуется соблюдать требования к сырьевым компонентам, рецептуре, упаковке и процессу производства. Среди основных принципов экологической деятельности следует исключить из состава продукции токсичные, опасные и раздражающие вещества, а также использовать биоразлагаемые ПАВ. Важно снизить токсичность для водной среды и минимизировать количество отходов.

Для этого необходимо придерживаться следующего алгоритма в процессах функционирования предприятия сферы гостеприимства (на примере эко-хутора «Аккала»). Рассмотрим их более детально:

– Сырье: поставщики требуют контроля за вводом документов на сырье.

– Состав продукции: все поверхностно-активные вещества и комплекс-образователи, входящие в состав продукта, должны быть биоразлагаемыми;

– Производственный процесс: минимизация нагрузки на окружающую среду. Необходимо внедрить технологии и мероприятия по снижению отходов и передаче не менее 60 % отходов на переработку. Проверка на соответствие технологических процессов российскому природоохранному законодательству.

Рекомендации автора, направленные на снижение потребления ресурсов:

1. Внедрение регулятора расхода воды, самозакрывающийся механизм, смеситель с электронным управлением и систему управления водоснабжением. Экономия горячей воды предполагает экономию энергии, что означает сокращение выбросов углекислого газа и благотворно влияет на окружающую среду. В кранах могут быть установлены аэраторы подачи воды. Это позволит отелю в значительном объеме уменьшить потребление воды. Для контроля и снижения расхода воды рекомендуется устанавливать в корпус смесителя для раковины Erenty sensor. Цена этого смесителя составляет 8 100 рублей [19].

2. Утилизация и переработка отходов. Гостиничные предприятия, жилые учреждения могут реализовывать программы по утилизации и переработке отходов. Это включает в себя сбор и переработку органических материалов, таких как бумага, пластик, стекло и пищевые отходы. Эффективные системы переработки помогают сократить количество отходов, минимизировать негативное воздействие на окружающую среду и повысить экологическую ответственность. Чтобы переработать отходы на экохуторе «Аккала», рекомендуется обратиться к организации «Альянс Утилизаторов» [2] и воспользоваться бесплатной консультацией эколога. Средняя стоимость услуги составляет 16 000 рублей за утилизацию пищевых отходов весом от 100 до 200 килограмм. В Выборгском районе Ленинградской области также имеется 43 контейнера для сбора пластиковых бутылок и стекла, которые обслуживаются специальным транспортом. Система транспортирует материалы, собранные по отдельности, на перерабатывающий завод для формирования партий продукции, реализуя тем самым принципы экономики замкнутого цикла [3].

3. Внедрение систем энергосбережения и энергоэффективных технологий. Проведение отелем энергоаудита для дальнейшей установки энергосберегающих систем. Это позволит сократить потребление энергии и расходы на оплату коммунальных услуг, а также уменьшить выбросы парниковых газов. Рекомендуется установить автоматический датчик освещения SMART-WAVE от компании Arlight [4]. Он совмещен с датчиком освещенности с регулируемым временем включения (от 10 секунд до 30 минут) и работает на расстоянии до 20 метров. Цена устройства составляет 1 100 рублей.

4. Внедрение программы экологической уборки в отеле. Программа предоставляет гостям возможность выбора между ежедневной сменой постельного белья и полотенец или сохранением их в течение нескольких дней без стирки. При таком способе простыни и полотенца можно менять ежедневно или оставлять нестиранными на несколько дней. Этот метод помогает экономить воду, энергию и химические ресурсы, которые обычно используются для стирки и глажки постельного белья. Для реализации такой программы в номерах обычно размещают информационные карточки, на которых гости могут отметить свой выбор. Например, гости могут поставить галочку, если они хотят сменить постельное белье или полотенца, или оставить их на месте, если они хотят продлить срок использования постельного белья на несколько дней. Информационные карты можно изготовить в «ОQ Копицентр», средняя стоимость печати составляет 1 200 рублей (за 10 листов) [5].



Рис. 1. Пример информационной таблички для экологичной уборки номера

5. Упаковка. Упаковка, используемая в процессе обслуживания экохотеля, должна быть легко перерабатываемой или биоразлагаемой. Галогенизированные пластики, такие как поливинилхлорид, запрещены. Бумажная (картонная) упаковка должна состоять не менее чем наполовину из переработанной бумаги или, если используется первичное сырье, должна быть сертифицирована FSC. Кроме того, упаковка продукта должна способствовать правильному дозированию чистящих или моющих средств. Учитывая, что гости пользуются многоразовыми столовыми приборами, руководству экохотеля предлагается рассмотреть возможность использования биоразлагаемых сумок производства компании «Евробалт» [6]. Стоимость пакета с ручками составляет 2,6 рубля за сумку. Эти биоразлагаемые пакеты используются для самых разных целей: упаковки товаров, переноски продуктов и подарков, сбора мусора и организации гостевых наборов. Они не только способствуют экологической ответственности, но и идеально подходят для рекламы, поскольку их плоский, эстетичный дизайн позволяет легко увидеть логотипы и другие рекламные сообщения.

Рекомендации, направленные на распространение информационной политики и проведение образовательных программ.

1. Экохутору «Аккала» можно рекомендовать развивать на предприятии информационную политику, освещая экологические проблемы и привлекая внимание гостей к важности сохранения природы.

Для ее реализации на сайте экохутора следует разместить электронный контент о практиках экосервиса, применяемых в отелях и важности энергосбережения, утилизации отходов и других экологических инициативах. Также для гостей следует создать информационные брошюры, информационные постеры, буклеты об экологических направлениях деятельности экохутора и важности заботы об экологии на планете.

Информационные постеры и брошюры могут быть изготовлены в «ОQ Копицентр». Средняя стоимость печати – 350 рублей [5].



Рис. 2. Пример информационного постера о сохранении водных ресурсов на гостиничном предприятии

2. Совместное с партнерами проведение на базе экохутора образовательных программ, включающие лекции, семинары, мастер-классы по экологии и устойчивому развитию, проводимые специалистами в области экологии. Это поможет повысить осведомленность гостей о вопросах окружающей среды и вдохновить их на принятие более экологически ответственного образа жизни. В ходе семинаров практикующие экологи расскажут участникам о методах сокращения использования ресурсов, уменьшения отходов и выбора экологически чистых продуктов, основных принципах экологии, влияния человеческой деятельности на окружающую среду и преимуществ устойчивого образа жизни и др. Семинар может быть проведен в административном корпусе экохутора «Аккала», а также на открытом воздухе во время летнего сезона. Семинары предлагается проводить с участием экспертов из центра «Северная столица» [7].

Количество участников: 16 человек. Продолжительность семинара 1 день, с ночевкой.

Услуги экохутора, касающиеся проведение эко- мероприятия:

- Проживание: 7 000 рублей за ночь, со скидкой 25 %, если есть билет на экосеминар.
- Питание: кейтеринг (кофе-брейк и фуршет) включен в стоимость регистрационного оргвзноса на семинар. Питание организуется в обогреваемом панорамном зале-шатре со всеми удобствами для посадки до 25 гостей.

Цена на организацию мероприятия:

- Стоимость кейтеринга (оба приема): 22 400 рублей (предоставлено компанией выездного кейтеринга для мероприятий «Cater.Me») [8].

- Аренда мультимедийного оборудования «Plasma Double Set 3» (ЖК-телевизор 65", напольная ТВ-стойка ноутбук 13") у прокатной компании «SOUNDPITER» [9]: 13 200 рублей. Обобщая вышесказанное, можно сказать, что разработка рекомендаций для усовершенствования экосервиса на предприятии «Аккала» включает в себя внедрение регуляторов воды и систем утилизации отходов, энергосберегающих технологий и образовательных программ [10].

Эти меры позволят значительно уменьшить потребление ресурсов и сделать предприятие более экологически ответственным. Кроме того, проведение экологических семинаров, укрепит экологический имидж эко-хутора среди предприятий Ленинградской области. Таким образом, разработанные автором рекомендации позволят эко-хутору «Аккала» получить следующие преимущества:

- Наладить взаимодействие с конкурентами, которые еще не смогли справиться с новыми вызовами рынка.
- Улучшить свой имидж и повысить лояльность потребителей и партнеров.
- Расширить рынок сбыта за счет ответственных потребителей и партнеров.
- Участие в частных и государственных тендерах, содержащих экологические компоненты.
- Снизить затраты за счет внедрения ресурсосберегающих технологий производства, оптимизации упаковки, логистики и т. д.
- Включить экомаркировку во внешние коммуникации, чтобы повысить узнаваемость и выиграть доверие потребителей и партнеров.

Внедрение экологических инноваций в деятельность средств размещения обладает значительным потенциалом для развития, учитывая современные требования к экологической устойчивости и ответственности. Растущий интерес людей к экологической теме как во всем мире, так и в России, связан с повышенной осведомленностью о различных экологических проблемах. В результате этого осознания люди предпочитают выбирать более экологичные средства размещения, включая и городские и загородные средства размещения, что делает внедрение экологических инноваций в этой области особенно актуальным. В процессе проведения данной исследовательской работы нами были изучены инновации в сфере гостеприимства. В итоге автор разработал рекомендации для последующего внедрения экологических инноваций на предприятии экохутор «Аккала». Разработать рекомендации для внедрения экологических инноваций на предприятии экохутор «Аккала», на основе сертификации «Листок жизни». На основе собранной информации об экосервисе гостиничного предприятия «Аккала» был разработан ряд рекомендаций по внедрению дополнительных экологических инноваций. В том числе, проведение экологических семинаров, которые укрепят «экологический имидж эко-хутора среди предприятий Ленинградской области.

4. Возможности использования экологической маркировки во внешних коммуникациях экохутора «Аккала». Итак, можно с уверенностью сказать, что данные рекомендации могут быть полезны для средств размещения Ленинградской области, стремящихся к экологической устойчивости и внедрению инновационных практик в свою деятельность.

Список литературы

1. Расчет стоимости эко-сертификации online // Экологический союз [Электронный ресурс] // URL: <https://ecounion.ru/sertifikacziya/calculator> (дата обращения: 20.03.2024).
2. Утилизация отходов в Санкт-Петербурге и Ленинградской области [Электронный ресурс] // URL: <https://утилизация-отходов-спб-812.пф> (дата обращения: 05.03.2024).
3. Раздельный сбор отходов [Электронный ресурс] / Управляющая компания по обращению с отходами в Ленинградской области // URL: <https://uko-lenobl.ru/razdelnyj-sbor-othodov-lo> (дата обращения: 05.03.2024).
4. Датчики света Arlight [Электронный ресурс] // URL: <https://arlight.group/catalog> (дата обращения: 05.03.2024).
5. ОО Копицентр [Электронный ресурс] // URL: <https://copy.spb.ru> (дата обращения: 03.03.2024).
6. Эко-биоразлагаемые пакеты «Евробалт» [Электронный ресурс] // URL: <https://eurobalt.ru/catalog/okso-biorazлагаemaya-upakovka> (дата обращения: 05.03.2024).
7. Учебный центр «Северная столица» [Электронный ресурс] // URL: <https://iocenter.ru> (дата обращения: 05.03.2024).

8. Выездной кейтеринг для мероприятий Cater.Me [Электронный ресурс] // URL: <https://caterme.ru> (дата обращения: 20.03.2024).
9. Прокатная компания SOUNDPITER [Электронный ресурс] // URL: <https://www.soundpiter.ru> (дата обращения: 20.03.2024).
10. Эко-хутор «Аккала» [Электронный ресурс] // URL: <https://akkala-hotel.ru> (дата обращения: 20.03.2024).

Polina Alexandrovna Vanina,
Student,
Pushkin Leningrad State University
scientific supervisor **Svetlana Gennadiyevna Shkuropat,**
Ph.D. of Cultural Studies, Associate Professor,
Pushkin Leningrad State University

**DEVELOPMENT OF RECOMMENDATIONS ON THE INTRODUCTION
OF ENVIRONMENTAL INNOVATIONS IN THE ACTIVITIES OF ACCOMMODATION
FACILITIES IN THE LENINGRAD REGION (USING THE EXAMPLE
OF THE «AKKALA» ECO-FARM)**

Abstract. Growing demand for eco-products and increasing environmental literacy of hoteliers and guests makes the issue of implementing environmental management policies as a competitive advantage relevant. The purpose of the study is to develop recommendations for the implementation of environmental innovations at the Akkala eco-farm. The information base for the study was: regulatory documents, Internet resources, enterprise websites, etc.

References

1. Calculation of the cost of eco-certification online // Ecological Union [Electronic resource] // Access mode: <https://ecounion.ru/sertifikacziya/calculator> (date of access: 03/20/2024).
2. Waste disposal in St. Petersburg and the Leningrad region [Electronic resource] // Access mode: <https://утилизация-отходов-спб-812.рф> / (date of request: 03/05/2024).
3. Separate waste collection [Electronic resource] / Waste Management Company in the Leningrad region // Access mode: <https://uko-lenobl.ru/razdelnyj-sbor-othodov-lo> (date of application: 03/05/2024).
4. Arlight light sensors [Electronic resource] // Access mode: <https://arlight.group/catalog> (accessed 05.03.2024).
5. OQ Copy Center [Electronic resource] // Access mode: <https://copy.spb.ru> (date of reference: 03.03.2024).
6. Eco-biodegradable packages "Eurobalt" [Electronic resource] // Access mode: <https://eurobalt.ru/catalog/okso-biorazlagaemaya-upakovka> (date of request: 03/05/2024).
7. The training center "Northern Capital" [Electronic resource] // Access mode: <https://iocenter.ru> (date of request: 03/05/2024).
8. On-site catering for Cater events.Me [Electronic resource] // Access mode: <https://caterme.ru> (date of reference: 03/20/2024).
9. SOUNDPITER rental company [Electronic resource] // Access mode: <https://www.soundpiter.ru> (date of reference: 03/20/2024).
10. Eco-farm "Akkala" [Electronic resource] // Access mode: <https://akkala-hotel.ru> (date of access: 03/20/2024).

Добижа Ангелина Алексеевна,

студент

Ленинградский Государственный Университет имени А. С. Пушкина,

научный руководитель Шкуропат Светлана Геннадьевна,

кандидат культурологии, доцент,

Ленинградский Государственный Университет имени А. С. Пушкина

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ В МОТЕЛЕ НА ПРИМЕРЕ МОТЕЛЯ «КИРОВСКИЕ ДАЧИ» Г.ВЫБОРГ

Аннотация. Актуальность изучаемой темы обусловлена тем, что мотель является перспективным и развивающимся средством размещения на рынке гостиничных услуг в России сегодня. Целью исследования является разработка предложений по обслуживанию туристов в мотеле. Информационной базой исследования стали: нормативные документы, интернет ресурсы, сайты предприятий и т. п. Рекомендации применимы в практической деятельности, разработанные рекомендации могут быть использованы для улучшения обслуживания в мотеле «Кировские дачи». Таким образом, в ходе исследования автор рассмотрел состояние развития moteley в Ленинградской области, выявил их проблемы на примере конкретного предприятия придорожного сервиса мотеля «Кировские дачи» г. Выборга и разработал их решение.

Системно выстроенная сеть объектов придорожного сервиса выгодна малому бизнесу и муниципальным образованиям, так как налоги идут в местный бюджет. В сфере придорожного сервиса придорожные moteley являются важным звеном и предоставляют следующие услуги: [1]

1. Ночлег и отдых: moteley предлагают комфортабельные номера для отдыха и ночлега путешественникам, что позволяет им восстановить силы и продолжить путь отдохнувшими.

2. Питание: часто moteley предоставляют услуги столовых или кафе, где путешественники могут поесть и пополнить энергию перед продолжением пути.

3. Парковка и сервис для автомобилей: многие moteley предоставляют удобную парковку для автомобилей, а также различные сервисы для обслуживания транспортных средств.

4. Дополнительные услуги: кроме основных услуг, в придорожных moteley часто предлагаются дополнительные услуги, такие как интернет, магазины, услуги прачечной и т. д. Стоит отметить, что moteley в России играют важную роль в обеспечении комфортного и безопасного передвижения путешественников по дорогам страны. Они являются частью обширной инфраструктуры придорожного сервиса, способствующей удобству и безопасности автопутешествий. Проанализировав современное состояние moteley в Ленинградской области, автор столкнулся с проблемой противоречивости информации. Например, на сайтах бронирования средство размещения позиционируется как мотель, а на собственном сайте оно позиционируется как мини-гостиница. Автор проанализировал материалы на сайте [2], и таким образом, получил информацию о количестве moteley, сосредоточенных в районах Ленинградской области (см. рис. 1): Распределение moteley по районам неравномерное, в каких-то районах расположено всего по 1 мотелю, а в каких-то сосредоточено 2–4 ед.

Автор при отборе объектов руководствовался определениями в нормативной литературе, где отличиями мотеля от других средств размещения являются:

- наличие автостоянки;
- вход в номера с улицы (с места парковки транспортных средств).

Проанализировав базу данных средств размещения Ленинградской области, автор предлагает добавить к основным критериям отбора объектов:

- расположение вдоль или поблизости автодорог;
- предоставление бесплатной охраняемой парковки;
- наличие АЗС, СТО, автомоек и заправок поблизости;
- наличие кафе или магазина в самом здании или рядом.

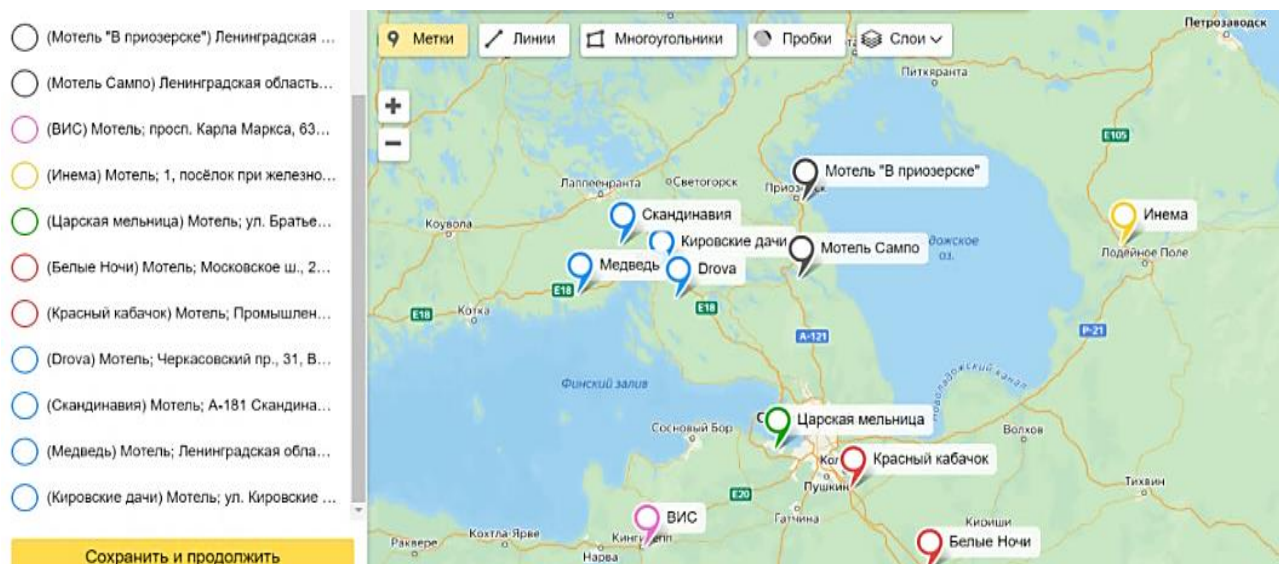


Рис. 1. Мотели Ленинградской области (составлен автором по [2])

Особенность сервиса мотелей в РФ заключается в его мультифункциональности, он может включать в себя черты сразу нескольких средств размещения. Анализ показал, что в номерах в основном в номере к услугам гостей представлены такие дополнительные опции как: чайник, телевизор, холодильник, фен. В среднем количество номеров в мотеле в ЛО варьируется от 6–10 номеров. Также модель мотельного бизнеса имеет свои различия, например, в мотеле «Кировские дачи» автотуристам доступны прачечная и хранение багажа, также есть завтрак. Мотель «Белые ночи» отличается дополнительными опциями: сауна, бильярд и настольный теннис, помимо этого в ванной комнате предоставляются бесплатные туалетно-косметические принадлежности. В среднем ценовой сегмент составляет от 1 500–4 000 рублей за номер в зависимости от категории. Типы номеров, доступных для размещения, представлены также на сайтах мотелей, вот самые распространенные из них: одноместный номер, двухместный номер с одной кроватью или двумя односпальными, трехместный номер, четырехместный номер.

Таким образом, проанализировав собранную информацию, можно сделать вывод, что состояние развития мотелей на территории Ленинградской области находится в неудовлетворительном состоянии, если рассматривать современные возможности развития средств размещения. Достаточно трудно найти информацию о нужном объекте, также на сайтах мотелей находится противоречивая информация, поэтому до конца нельзя быть уверенным в том, что данное средство действительно будет являться мотелем, также нет более подробной информации о дополнительных услугах, что является немаловажным аспектом при заселении в то или иное средство размещения. В качестве объекта исследования автор выбрал мотель «Кировские Дачи» г. Выборга, который предлагает для размещения различные категории номеров. Номерной фонд составляют двухместные, трехместные комнаты, а также двухкомнатные номера и номера повышенной комфортности с сауной. На сайте мотеля для гостей доступны: бесплатная охраняемая автостоянка, завтрак включен в стоимость проживания, телевизор, душ, туалет в каждом номере, Wi-Fi бесплатно, внутренняя АТС (телефон с выходом в город в каждом номере). Работают бар и кафе, прачечная, заказ такси. Завтрак каждое утро сервируется в кафе. Время подачи с 7 до 10 утра. В меню представлены блюда европейской кухни. Гостиница находится от центра Выборга в 2,5 км. До ближайшей автобусной остановки путь займет 2 минуты. Расчетный час в «Кировских дачах» – 12:00, время заезда – 14:00. Проживание с любыми животными запрещено. Проанализировав деятельность мотеля «Кировские дачи», автор выделил существующие проблемы в его функционировании на основе отзывов на официальном сайте [7] на сайте «101 hotels» [3].

1. Отсутствие дополнительных удобств в ванной комнате: «В ванной комнате нет полочек, некуда поставить косметические и банные принадлежности», что также позволит сделать пребывание более комфортным [4].

2. Ненадлежащее состояние номера и отсутствие свежего ремонта: «Брали довольно дорогой номер с сауной. Штукатурка на стенах потрескавшаяся, на стенах засохшие убитые комары (не один) [3].

3. Гость жалуется на «Плохой указатель с дороги» [3].

4. В мотеле отсутствуют услуги для гостей с ограниченными возможностями, и их пребывание будет проходить с дискомфортом, что комнаты не оборудованы адаптированными техническими средствами.

Рекомендации по совершенствованию обслуживания туристов в мотеле:

1. Установить в ванной дополнительно полочки для косметических и банных принадлежностей для дополнительного удобства гостя (см. требования к комплектации номеров п. III. Инвентарь и предметы санитарно-гигиенического оснащения номера Постановлении Правительства Российской Федерации от 18.11.2020 № 1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц»). Также хорошо выглядят косметические средства (бутылочки с шампунем, гелем, мылом) с фирменным логотипом мотеля.



Рис. 2. Вариант оформления косметических средств для мотеля «Кировские дачи» с возможностью нанесения логотипа мотеля [5]

2. Усилить контроль за соблюдением надлежащего состояния номеров через контроль работы горничных, для этого администратор должен осуществлять регулярный ежедневный мониторинг отзывов гостей на сайтах систем бронирования и в интернет-ресурсах (2gis, Ostrovok, Yandex, Google и т.п.), также на сайте мотеля и проверять отзывы в анкетах гостя в номере. Повысить контроль за уборкой горничных в номерах. Осуществлять такой контроль после уборки номера и перед заездом гостя, учитывать качество уборки при распределении премиальных средств. Поскольку в мотелях достаточно сильная нагрузка на номерной фонд в силу специфики гостей. Так, за одни сутки в номер могут заселиться и выезжать несколько разных транзитных гостей, то и эксплуатация там высокая. Это надо учесть в плановых расходах на реновирование номеров с запущенным видом, косметическое обновление отделки помещений.

3. В настоящий момент заезд со Светлогорского шоссе на ул. Кировские дачи, где расположен мотель, отмечен малозаметными указателями, которые действительно можно не заметить, двигаясь по трассе, особенно в темноте.



Рис. 3. Указатель мотель «Кировские дачи» заезд со Светлогорского шоссе на ул. Кировские дачи [6]

Поэтому автор предлагает установить на подъезде к мотелю на трассе новый рекламный указатель мотеля «Кировские дачи» с подсветкой в ночное время. «Зазывала для гостиниц» от компании «КвадроШоу» сможет стать подходящим вариантом, так как фигура будет стоять на трассе, она должна привлекать внимание и быть видной издалека автомобилистам в том числе и в ночное время. Поэтому была выбрана высота фигуры 3,5 м. тип с подсветкой. На фигуру будет нанесен логотип мотеля «Кировские дачи». Достоинства выбранного типа рекламного носителя [7]:

- надувные фигуры с машущей рукой, соответствуют «духу гостеприимства» как позитивная и «приветливая» категория продукции. Достоинства надувных фигур, машущих рукой, в сравнении с более традиционными pos-материалами очевидны:
- благодаря своим внушительным размерам рекламная конструкция заметна издалека;
- даже при беглом взгляде потребитель понимает основной посыл рекламной установки и реагирует на эмоциональном уровне;
- фигура привлекает внимание, так она не статична;
- удобны в использовании. В сдутом виде изделия умещаются в большую упаковочную сумку, в комплекте. Для быстрого монтажа ростовой фигуры предусмотрена универсальная подставка с нагнетателем и встроенной подсветкой и комплект растяжек, и комплект колец. Последующий уход за оболочкой также прост: она стирается в обычной стиральной машине;
- доступны в цене;
- одна рука зазывалы машет, привлекая внимание, вторая рука является указателем направления движения, подсветка также привлекает внимание водителя на трассе;



Рис. 4. Пример оформления надувной фигуры «ПРЕМИУМ» «Зазывала для гостиниц» на подставке НКУ 3,5 метра [8]

- прочность и надежность конструкции: компактное изделие состоит из прочной тканевой оболочки и мощного вентилятора, работающего в условиях от –25 до +45С;
- простота и длительность эксплуатации: работа фигуры является полностью автоматической и не имеет ограничений по времени.

Таким образом, стоимость за Надувную фигуру «ПРЕМИУМ» «Зазывала для гостиниц» на подставке НКУ высотой 3.5 м. составит 47 300.

В комплект входит:

1. Оболочка – 1 шт.
2. Подставка универсальная со встроенной подсветкой и нагнетателем – 1 шт.

В комплект входит:

3. Ремкомплект – 1 комплект.
4. Комплект растяжек – 1 шт.**
5. Упаковочная сумка для оболочки – 1 шт.
6. Чехол под подставку – 1 шт.
7. Паспорт-инструкция-гарантия.

*Подсветка включается кнопкой на корпусе подставки.

Высота	Цена на подставке СТАНДАРТ	Цена подсветки	Цена на подставке НКУ (со встроенной подсветкой)**
2,5м	30 500 руб.	1 500 руб. прожектор 30 Вт	35 200 руб. Арт. 1665
3м	34 500 руб.	1 500 руб. прожектор 30 Вт	39 600 руб.
3,5м	41 300 руб.	1 700 руб. прожектор 50 Вт	47 300 руб.
4м	48 300 руб.	1 700 руб. прожектор 50 Вт	55 000 руб.
Внесение изменений в образ надувной фигуры>>			

Рис. 5. Цена за надувную фигуру «ПРЕМИУМ» «Зазывала для гостиниц» на подставке НКУ высотой 3.5 м [9]

3. Оборудовать один номер для людей с ОВЗ съемными аксессуарами и элементами адаптации для лиц с ОВЗ.

Для инвалидов с нарушением опорно-двигательного аппарата и зрения следует предусматривать закрытые душевые кабины с нескользким полом и поддоном без порога с открыванием двери наружу и входом непосредственно из раздевалки. Доступная душевая кабина для ОВЗ должна быть оборудована переносным или закрепленным на стене складным сиденьем, расположенным на высоте не более 0.48 м от уровня поддона, ручным душем, настенными поручнями. Ширина и длина сиденья должны быть не менее 0,5 м. В ванных комнатах и других местах общего пользования, где установлены раковины умывальников, предусмотрены поручни для опоры инвалидов при пользовании умывальниками. п. 5.5.14 ГОСТ Р 51261-2022. Также очень важным аспектом будет добавление беспроводной кнопки вызова помощи в номере и в санузле. Для людей с ОВЗ можно также предложить услуги приготовления питания по запросу с учетом хронических заболеваний и непереносимости под индивидуальный заказ (например, для диабетиков, больных целиакией, и аллергиков).

Таким образом, мотелю необходимо устранить недостатки сервиса для того, чтобы сделать пребывание гостей наиболее комфортным, положительные впечатления также отразятся и в отзывах на официальном сайте, что сможет привлечь наибольшее количество гостей и качественно удовлетворить их потребности.

Список литературы

1. Развитие придорожного сервиса». URL: <https://moluch.ru/archive/259/59588> (дата обращения: 22.02.2024).
2. Официальный сайт «Тропки». URL: <https://tropki.ru> (дата обращения: 22.02.2024).
3. Официальный сайт 101hotels. URL: <https://motel-k.ru/reviews> (дата обращения: 24.02.2024).
4. Официальный сайт мотеля «Кировские дачи». URL: <https://motel-k.ru/reviews> (дата обращения: 24.02.2024).
5. Оформление косметических средств для мотеля «Кировские дачи». URL: https://yandex.ru/images/search?img_url=https%3A%2F%2F (дата обращения: 27.02.2024).
6. Указатель мотель «Кировские дачи» заезд со Светлогорского шоссе на ул. Кировские дачи. URL: https://yandex.ru/maps/org/kirovskiye_dachi/1249461888/?ll=28.757318%2C60.737076&panorama (дата обращения: 1.03.2024).
7. Официальный сайт компании «КвадроШоу». URL: <https://kvadroshow.com/production/naduvnye-figury-s-mashushchey-rukoy/plyazhnyy-zazyvala-dlya-oteley-i-gostinic> (дата обращения: 24.02.2024).
8. Надувная фигура «Зазывала для гостиниц» на подставке НКУ 3,5 метра. URL: <https://kvadroshow.com/production/naduvnye-figury-s-mashushchey-rukoy/plyazhnyy-zazyvala-dlya-oteley-i-gostinic> (дата обращения: 3.03.2024).
9. Цена на надувную фигуру «ПРЕМИУМ» «Зазывала для гостиниц» на подставке НКУ высотой 3.5 м. URL: <https://kvadroshow.com/production/naduvnye-figury-s-mashushchey-rukoy/plyazhnyy-zazyvala-dlya-oteley-i-gostinic> (дата обращения: 5.03.2024).
10. Разработка проекта доступности от Тифлоцентра «Вертикаль». URL: <https://tiflocentre.ru/voprosy-po-adaptacii-kulturnye-zavedeniia-sanuzel.php> (дата обращения: 7.03.2024).

Angelina Alekseevna Dobizha,

student,

Pushkin Leningrad State University

scientific supervisor S. G. Shkuropat,

Ph.D. of Cultural Studies, Associate Professor

Pushkin Leningrad State University

DEVELOPMENT OF RECOMMENDATIONS ON THE ORGANIZATION OF TOURIST SERVICES IN A MOTEL ON THE EXAMPLE OF THE KIROVSKIE DACHAS MOTEL IN VYBORG

Abstract. The relevance of the topic under study is due to the fact that the motel is a promising and developing means of accommodation in the hotel services market in Russia today. The purpose of the study is to develop proposals for servicing tourists in a motel. The information base of the study was: regulatory documents, Internet resources, enterprise websites, etc. The recommendations are applicable in practice, the developed recommendations can be used to improve service in the Kirovskie Dachy motel. Thus, during the study, the author examined the state of development of motels in the Leningrad Region, and identified their problems using the example of a specific roadside service enterprise, the Kirovskie Dachy motel in Vyborg, and developed a solution to them.

References

1. Development of roadside service" URL: <https://moluch.ru/archive/259/59588> / (date of access: 02/22/2024).
2. The official website of Tropka <https://tropki.ru> / (date of access: 02/22/2024).
3. The official website of 101hotels URL: <https://motel-k.ru/reviews> / (accessed 02/24/2024).
4. The official website of the Kirovskie Dachas motel URL: <https://motel-k.ru/reviews> (date of application: 02/24/2024).

5. Registration of cosmetics for the Kirovskie Dachas motel URL: https://yandex.ru/images/search?img_url=https%3A%2F%2F... (accessed: 02/27/2024).
6. Sign of the Kirovskie Dachas motel check-in from Svetlogorsk highway to Kirovskie Dachas street URL: https://yandex.ru/maps/org/kirovskiye_dachi/1249461888/?ll=28.757318%2C60.737076&panorama (accessed: 1.03.2024)
7. Official website of the company "Quadrosh" <https://kvadroshow.com/production/naduvnye-figury-s-mashushchey-rukoy/plyazhnyy-zazyvala-dlya-oteley-i-gostinic> (date of application: 02.24.2024).
8. Inflatable figure "Barker for hotels" on the stand of the NKU 3.5 meters URL: <https://kvadroshow.com/production/naduvnye-figury-s-mashushchey-rukoy/plyazhnyy-zazyvala-dlya-oteley-i-gostinic> (date of application: 03/3/2024)
9. The price of the PREMIUM inflatable figure "Barker for hotels" on a 3.5 m high NCU stand. URL: <https://kvadroshow.com/production/naduvnye-figury-s-mashushchey-rukoy/plyazhnyy-zazyvala-dlya-oteley-i-gostinic> (date of application: 03/5/2024).
10. Development of the accessibility project from the Tiflocenter "Vertical" URL: <https://tiflocentre.ru/voprosy-po-adaptacii-kulturnye-zavedeniia-sanuzel.php> (date of application: 7.03.2024).

УДК 338.48

Еремичева Полина Юрьевна,

аспирант,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Санкт-Петербург, Россия

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Аннотация. Проблема развития промышленного туризма была неоднократно затронута в других исследованиях, которые зачастую раскрывают методологические аспекты формирования и продвижения определяемого направления, а также опыт конкретных территорий в контексте анализа конкретных кейсов. Цель исследования выявить основные подходы к оценке развития промышленного туризма. В результате исследования были определены уровни анализа перспективности направления в регионе, рассмотрены теоретические основы интеграционного подхода и интегрально-балльной оценки. Автор определил специфические черты предложенных инструментов оценки и раскрыл понятия с опорой на доступные результаты исследований.

Основная специфика развития промышленного туризма в современной России заключается в симбиозе промышленного сектора и туризма, а также в мультипликативном эффекте. Такой эффект возникает как в отдельном порядке, так и совокупно при развитии направления. Сущность мультипликативного эффекта в том, что функционирование одного сектора влияет на изменение инвестиционного потока, доходной части, объемов производства и иных показателей другого сектора, в том числе. Такие особенности организации направления требуют поиска и определения возможностей оценки качества развития в условиях крупных территорий.

Исследование проблемы развития промышленного туризма в регионе приводит к необходимости рассмотрения вопроса определения уровней оценки перспективности развития промышленного туризма. Так, необходимо представить схему, отражающую рассматриваемые уровни (рис. 1).

В определенных случаях категории анализа не разделяются, так как существуют потребности проведения непрерывной оценки изменения значений ряда показателей. Так, теоретический и методологический уровни часто раскрываются на примере маркетингового подхода,

который предполагает наличие определенной строго выстроенной системы анализа очевидных и неочевидных показателей [5].



Рис. 1. Уровни анализа перспективности развития промышленного туризма в регионе [4; 10]

На основании разделения категорий оценки перспективности промышленного туризма в регионе, следует пояснить значение системы оценки развития промышленного туризма. На современном опыте система предполагает порядка 300 показателей, определяющих опорные точки для регионов с позиции приоритетности поддержки, на основании которых в дальнейшем допустимо разрабатывать механизм реализации стратегических инициатив, что позволяет исследовать в действительности специфику системного подхода [6]. Кроме того, показатели интегрированы в федеральную повестку и синхронизированы с показателями эффективности профильных органов и департаментов¹. Важно подчеркнуть, что оценка перспектив развития промышленного туризма в контексте данной системы проводится по открытым данным, что подтверждает предложенное выше разделение на уровни. В качестве результата проведения оценки регионы классифицируются в соответствии с направлениями развития в зависимости от их индивидуальных характеристик, связанных с раскрытием потенциала, реализацией туристских мероприятий, программ профориентации и показателем деловой и экскурсионной активности в условиях рассматриваемых территорий.

Современные исследователи анализируют широкий перечень подходов к оценке перспектив развития различных секторов и их свойств с точки зрения вклада в региональную экономику. Так, например, в работах С. Н. Яшина, О. С. Боронина, Е. Н. Лапшиной и К. Г. Григоряна рассматривается понятие «интеграционный подход». Интеграционный (комплексный) подход – это подход к оценке перспектив развития региона, который представляет его в качестве комплекса и предполагает системный анализ различных его аспектов с целью определения перспектив [3; 9]. Необходимо прояснить, что интеграционный подход оценки перспектив развития промышленного туризма в частности, можно разделять на три этапа, описанные в табл. 1 далее.

¹ Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации // АСИ и ВНИЦ R&C представили Систему оценки по развитию промышленного туризма в субъектах России. URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/50519/>

Этапы интеграционного подхода оценки развития промышленного туризма [3; 9]

№	Этапы использования интеграционного подхода	Пояснение к этапам
1	<i>Предварительный анализ</i>	Предварительное исследование общего социально-экономического положения региона, организационной структуры промышленного туризма, степени развитости промышленного и туристского комплексов
2	<i>Анализ процессов и результатов интеграции</i>	Определение эффективности интеграционных процессов проводится на основе предыдущих показателей, развитие промышленного и туристского рынков, влияние мероприятий на значения основных индикаторов по секторам
3	<i>Перспектив осуществления дальнейшей интеграции</i>	Анализируются результаты по имеющемуся опыту, общий социально-экономический и ресурсный эффекты

Поясняя табличные данные, стоит выделить некоторые аспекты применения интеграционного подхода в туристском ключе, среди которых возможности интегрирования систем и объединения точек притяжения туристов в единые комплексы, кластеры или маршруты. Подчеркивая данное утверждение, важно сказать, что из подобных задач формируется сущность кластерного подхода, который является не менее важным в вопросе интегрирования предприятий и создания особых экономических зон [8]. Так, например, в Постановлении Правительства Российской Федерации от 24.12.2021 №2439 Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» утверждается, что одними из основных задач развития отечественного туристского комплекса являются создание современной инфраструктуры и конкурентоспособного туристского продукта [1]. Более того, в документе четко отражены пункты, связанные с развитием культурно-исторических кластерных систем, что соотносится с развитием промышленного туризма в регионах через призму культурно-познавательной, образовательной и профессиональной деятельности.

Рассматривая интеграционный подход как процесс объединения и проводя параллель с современным актуальным в туризме кластерным подходом, можно конкретизировать ожидаемый потенциальный социально-экономический эффект, обращаясь к Распоряжению Правительства Российской Федерации от 05.05.2018 №872-р Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)», где утверждается, что реализация проектов создания туристских кластеров рассматривается как комплекс полезных для региона мер, исходя из способности кластеров вносить наибольший вклад в достижение целей экономического развития территорий [2].

Другой метод оценки определяется смешением подходов, характеризующихся рейтингованием объектов и территорий, а также совокупным анализом проектов и региона как самостоятельных систем, измеряемых вполне конкретными индикаторами. Следует обратиться к исследованию Е. В. Коньшева и С. М. Фадеевой для составления преобразованного упрощенного алгоритма проведения интегрально-балльной оценки перспектив развития промышленного туризма в условиях региона. Далее, на рис. 2 представлен рассматриваемый алгоритм.

Обращаясь к схеме, необходимо отметить, что интегрально-балльная система оценки перспектив чаще всего используется с целью определения территориального потенциала в общенациональном разрезе в вопросе развития промышленного туризма, нежели оценки вклада отдельных предприятий. В качестве результата проведения подобного анализа определяются категории территорий в зависимости от их влияния на страновые показатели. Соответственно, эксперты определяют зоны с высоким, средним и низким промышленно-туристским потенциалом в качестве результата проведения соответствующего анализа [7].



Рис. 2. Алгоритм проведения интегрально-балльной оценки перспектив развития промышленного туризма в регионе [7]

В качестве вывода следует отметить, что промышленный туризм за счет соприкосновения секторов вносит двойной вклад в развитие экономики региона, что предполагает использование комплекса подходов при осуществлении аналитической работы. Представленные выше примеры подходов и методик лишь подчеркивают сложность промышленной и туристской систем, что обязывает исследователей разрабатывать схемы всесторонней оценки.

Список литературы

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 24.12.2021 №2439 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма»».
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 05.05.2018 №872-р «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы “Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)”».
3. Григорян К. Г. Комплексный подход к оценке состояния и перспектив развития региональных интеграционных объединений (на примере ассоциации стран Юго-Восточной Азии): автореф. дис. на соискание ученой степени канд. экон. наук: 08.00.14 – мировая экономика / К. Г. Григорян. – Москва, 2012. – 22 с.
4. Аноприева Е. В. Промышленный туризм в регионах: тенденции, проблемы, перспективы // Сборник статей по материалам международной научно-практической конференции «Индустрия туризма и сервиса: известность, имидж, инвестиции». – 2017. С. 111–115. URL: <http://dspace.bsu.edu.ru/handle/123456789/24462> (дата обращения: 10.10.2024).
5. Антонен В. Г. Приоритетные маркетинговые стратегии развития промышленного туризма // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом: материалы IV Междунар. науч.-практ. интернет-конф./Забайкал. гос. ун-т ; [отв. ред. О.А. Лях]. – Чита: ЗабГУ, 2017. – 349 с. URL: <https://www.hse.ru/data/2024/07/21> (дата обращения: 21.10.2024).

6. Кадыров Р. В., Мударисов Р. Г. Промышленный туризм как креативный маркетинг // Вестник Алтайской академии экономики и права. – № 8, 2018. С. 88–94. URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=206> (дата обращения: 22.10.2024).
7. Конышев Е. В., Фадеева С. М. Методика интегрально-балльной оценки промышленно-туристской привлекательности муниципальных образований (на примере Пермского края) // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Том 9, Вып. № 4, 2023. URL: <https://rrbusiness.ru/journal/article/3256/> (дата обращения: 21.10.2024).
8. Шукшин С.И. Теоретико-управленческие основы интеграционных процессов в сфере туризма // Журнал правовых и экономических исследований. – № 4, 2022. С. 47–55. URL: <https://giefjournal.ru/sites/default/files/007> (дата обращения: 22.10.2024).
9. Яшин С.Н., Боронин О.С., Лапшина Е.Н. Метод интегрированной оценки уровня инновационного развития предприятий // Вестник Алтайской академии экономики и права. – № 10 (часть 1), 2020. С. 95–101. URL: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=1352> (дата обращения: 21.10.2024).
10. Chkhotua I., Vlasyuk L. Strategic Analysis of the Region's Competitive Advantages in the Context of Industrial Tourism Development // Strategizing Theory and Practice. – № 2, 2021. Pp. 109-205. URL: <https://www.researchgate.net/publication> (accessed at 17.10.2024).

Eremicheva Polina Yurievna,
postgraduate student
St. Petersburg State University of Economics,
St. Petersburg, Russia

ON THE ISSUE OF ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF THE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL TOURISM IN THE REGION

Abstract. The relevance of the work lies in the author's view on the definition and consideration of the essence of approaches to assessing the effectiveness of the development of industrial tourism. The problem of the development of industrial tourism is studied in a wide range of studies, which often reveal the methodological aspects of the formation and promotion of a particular direction, as well as the experience of specific territories in the context of the analysis of specific cases. The purpose of the study is to identify the main approaches to assessing the development of industrial tourism. As a result of the study, the levels of analysis of the prospects of the direction in the region were determined, the theoretical foundations of the integration approach and integral point assessment were considered. Author identified the specific features of the proposed assessment tools and revealed the concepts based on the available research results.

УДК 338.46

Зотова Полина Дмитриевна, Чернова Светлана Владиславовна,
студентки 3 курса бакалавра,
научный руководитель: **Мариенко Дарья Павловна,**
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

ВЛИЯНИЕ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СИБИРСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

Аннотация. Сибирский федеральный округ является важной частью России не только из-за своей уникальной природы, но и из-за стремительного набора оборотов в развитии туризма. Данная территория нашей страны славится наличием особо охраняемой природы. Особо охраняемые природные территории играют важную роль в развитии устойчивого туризма в регионе.

Сибирь является одним из регионов России, где туризм в территориальном плане развит очень выборочно: из-за больших расстояний между туристскими дестинациями, а также сурового климата популяризировать туризм, а тем более развивать туристскую инфраструктуру проблематично. Тем не менее Сибирь известна своей уникальной природой: разнообразные ландшафты, памятники природы и нетронутые человеком леса и степи. В Сибири находятся такие популярные места, как озеро Байкал, Алтай и Шерегеш, а также многие другие, более локальные дестинации. Устойчивое развитие Сибири – сложная, но необходимая задача, на выполнение которой могут влиять особо охраняемые природные территории (ООПТ). Реализация принципов устойчивого развития поможет регионам Сибирского федерального округа сохранить уникальную природу, обеспечить экономический рост, а также повысить уровень жизни населения.

Устойчивое развитие можно охарактеризовать как развитие, которое повышает и уровень жизни людей, проживающих на определенной аудитории, и, при этом благотворно влияет на окружающую среду, способствуя сохранению экосистем. Устойчивое развитие опирается на экономическую, экологическую и социальную устойчивость. Также необходимо отметить, что устойчивый туризм предполагает экологичное использование ресурсов региона, без нанесения им ущерба. В соответствии с этим, выделяются несколько принципов устойчивого развития [2]:

1. Туризм должен способствовать достижению гармонии с природой, экосистемами. Туризм должен способствовать сохранению и восстановлению природы, никак ни ее разрушению, загрязнению и бездумной эксплуатации.

2. В развитии туризма в регионе должны принимать участие местные жители. Какие-либо решения о строительстве, регулировании и так далее также должны решаться совместно с местными жителями. От туризма населению региона должно оставаться экономическое и другое развитие, а не разрушения.

3. Туризм должен способствовать сохранению и созданию рабочих мест для местных жителей, в частности женщин. Помимо этого, в регионе не должно быть эксплуатации детского труда, а также проституции.

Достижение устойчивого развития в современном мире стало важным ориентиром для региона, тем не менее далеко не все регионы могут его достичь, так как устойчивое развитие предполагает комплекс целей. Целями устойчивого развития являются:

1. Экономическая эффективность.
2. Местное процветание.
3. Качество занятости.
4. Социальная справедливость.
5. Удовлетворенность посетителей.
6. Местное управление.
7. Общественное благополучие.
8. Культурное разнообразие.
9. Безопасность.
10. Биологическое разнообразие.
11. Эффективное использование ресурсов.
12. Чистая окружающая среда.

Говоря о влиянии туризма на устойчивое развитие, следует отметить ряд положительных и негативных последствий. Положительным фактором является экономический рост и способствует культурному обмену в регионе.

Основным последствием устойчивого туризма является достижение сохранения природы, эффективное использование ресурсов, а также обеспечение улучшения состояния экосистем. Негативными же последствиями устойчивого туризма могут быть культурная деградация вследствие слишком большого числа туристов, что приведет к потере аутентичности местной культуры.

Другим последствием может быть перегруженность инфраструктуры, которая подразумевает транспортную, гостиничную нагрузку, а также, в некоторых случаях, рост общего уровня цен. Однако появление негативных последствий свидетельствует о неправильных способах развития устойчивого развития. Избежать этого можно благодаря, к примеру, управлению предложением в области турпродуктов, или же управлением ресурсами и другими способами [1].

На данный момент в Российской Федерации в области устойчивого развития нет единого законодательного акта, однако есть ряд нормативных правовых актов, непосредственно влияющих на некоторые аспекты продвижения принципов устойчивости. В первую очередь это Федеральный закон РФ «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 № 7-ФЗ, который устанавливает принципы охраны окружающей среды в государстве, регулирует природопользование и провозглашает ответственность за правонарушения в области экологии, что является основной для многих инициатив устойчивого развития.

Также к этому перечню можно отнести Федеральный закон «Об отходах производства и потребления» от 24.06.1998 № 89-ФЗ, который напрямую направлен на уменьшение негативного воздействия отходами на окружающую среду. Последние изменения данного закона включают положения о раздельном сборе и переработке органических и неорганических отходов предприятиями, в том числе туристскими.

Другими нормативными правовыми актами являются Лесной кодекс Российской Федерации и Водный кодекс Российской Федерации, которые в общей своей сути регулируют использование и охрану лесных и водных объектов и ресурсов. К прочим документам можно отнести развивающиеся сейчас стратегии и концепции, в том числе национальные проекты, которые относятся к общему перечню «Национальные проекты: Экология».

Особо охраняемые природные территории – это непосредственно одна из важнейших составляющих как устойчивого развития, так и развития туризма в регионе. Сибирский федеральный округ как раз и известен своими природными красотами и большим количеством ООПТ, которые приносят ему популярность. Но несмотря на широкую известность, согласно данным Росстата за 2023 год СФО занимает лишь пятую позицию из восьми по туристскому потоку, а именно по числу поездок. Также присутствует значительная разница между внутренними субъектами округа по туристским потокам, что отражено в рис. 1.

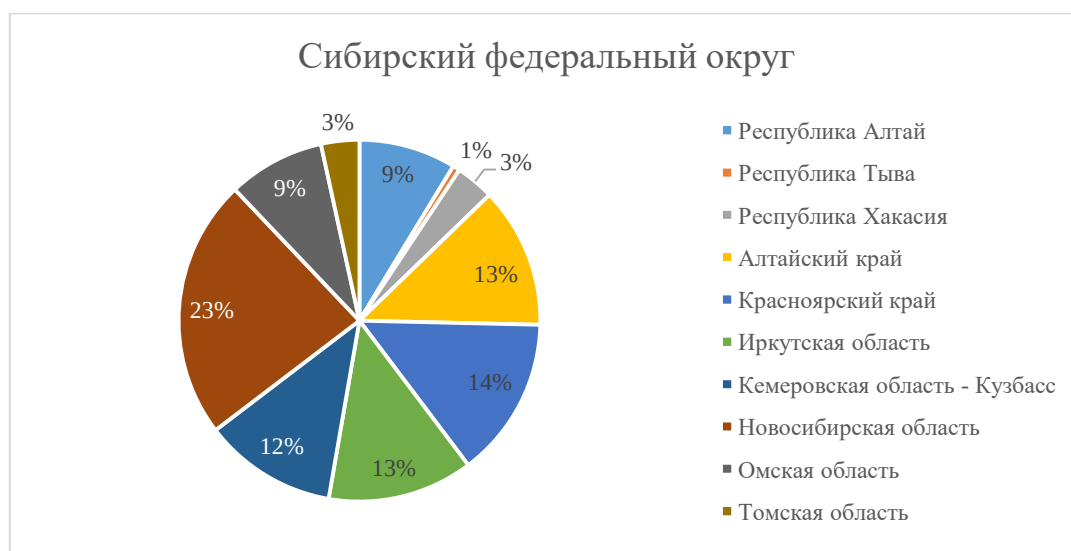


Рис. 1. Оценка туристского потока по числу поездок по субъектам СФО (годовые данные)

На диаграмме ярко выражено преобладание по числу поездок среди Новосибирской, Иркутской областей, а также Красноярского и Алтайского края. Это происходит за счет узна-

ваемости данных субъектов по их туристским объектам, а именно национальным паркам, заповедникам, их инфраструктуре и охраняемым природным комплексам. В связи с этим можно сделать вывод, что ООПТ и их развитие в данном случае имеют свойства контроля туристских потоков, относительно чего можно выделить аспекты влияния ООПТ на туризм, как положительные, так и отрицательные.

В число положительных аспектов непосредственно входят, как уже было сказано ранее, привлечение туристов, так как природные территории являются мощным магнитом для путешественников почти всех видов туризма, в том числе экологического, активного, познавательного, рекреационного. Также это способствует диверсификации туристического продукта, расширению туристского предложения в числе традиционных видов отдыха и специфических.

Несомненно, важными аспектами являются экономическое развитие региона для туристской привлекательности в пользу местного населения, а именно создание рабочих мест и развитие инфраструктуры. В число отрицательных аспектов, в свою очередь, входят: угроза туристской дестинации с точки зрения нарушения равновесия экосистем, неравномерное развитие субъектов в области инфраструктуры за счет разной популярности ООПТ в регионах, ярко выраженная сезонность туризма в СФО в связи с природно-климатическими условиями, конфликты интересов в виде помехи сохранению природы, развитию инфраструктуры и наоборот.

Рассматривая влияние туризма на устойчивое развитие и влияние ООПТ на развитие туризма в целом в Сибирском федеральном округе, стоит отметить и прямую связь между ООПТ и устойчивым развитием в Сибири. Несомненно, здесь также присутствуют как положительные, так и отрицательные аспекты. Положительные аспекты выражены, во-первых, сохранении биологического разнообразия и уникальных экосистем Сибири, многие из которых находятся под угрозой исчезновения. Во-вторых, это регулирование водных ресурсов за счет контроля особо охраняемыми природными территориями важных частей рек, особенно в горных районах, также это касается и огромных лесных массивов Сибири, которые с помощью национальных парков и заповедников находятся под строгой охраной. В-третьих, это продвижение научных исследований в области экологии, географии, биологии, так как ООПТ служат базами для проведения научных работ в связи с защитой экосистем. В-четвертых, это сохранение богатого культурного наследия народов Сибири, в том числе малых коренных, их поселений, археологических памятников. В-пятых, это смягчение последствий изменения климата, так как сохранение лесных массивов СФО способствует снижению выброса парниковых газов за счет их природной переработки деревьями. Что касается негативного влияния роста популярности ООПТ на устойчивое развитие или же потенциальных рисков в первую очередь это неравномерное распределение туристского потенциала ООПТ среди регионов, что снижает общее развитие региона в инициативах устойчивости. Также в этот перечень входит недостаточная инфраструктура и недостаток финансирования многих национальных парков и заповедников Сибири, что делает затруднительным доступ к ним, ограничивает возможности дальнейшего их продвижения с экологической точки зрения и затрудняет эффективное управление и охрану ими, что повышает уровень загрязнения территорий. И наоборот, избыточная инфраструктура вокруг ООПТ увеличивает уровень отходов и природного загрязнения Сибири. В конечном итоге серьезной проблемой остается браконьерство, которое несмотря на охрану увеличивается в связи с ростом популярности национальных парков и заповедников, что создает угрозу биоразнообразию СФО.

Подводя итог, можно отметить, что особо охраняемые природные территории как туристские объекты играют существенную роль в устойчивом развитии Сибирского федерального округа, так как в этой системе со всеми аспектами существует прямая связь между туризмом и устойчивым развитием, между ООПТ и туризмом, между ООПТ и устойчивым развитием. Именно комплексный подход сможет обеспечить устойчивое развитие Сибирского федерального округа, и к данному подходу уже делаются значительные шаги со стороны государства, руководства ООПТ и местных сообществ, что показывает положительные результаты.

Список литературы

1. Бузмаков, С. А. Региональные вопросы устойчивого развития особо охраняемых природных территорий / С. А. Бузмаков // Антропогенная трансформация природной среды. – 2020. – № 6. – С. 48–55. – DOI: 10.17072/2410-8553-2020-6-48-55. – EDN: AUPPDF.
2. Захарова, Е. Н. Устойчивое развитие территории: теоретические основы и стратегический подход к реализации / Е. Н. Захарова, Я. С. Бахова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10, № 6–1. – С. 55–63. – DOI: 10.34670/AR.2020.73.94.007. – EDN: JNLLFI.
3. Экология // Национальные проекты России URL: <https://национальныепроекты.рф/projects/ekologiya> (дата обращения: 24.11.2024).

Zotova Polina Dmitrievna, Chernova Svetlana Vladislavovna,
students

Academic supervisor: **Marienko Darya Pavlovna,**
Financial University under the Government of the Russian Federation

INFLUENCE OF SPECIALLY PROTECTED NATURAL AREAS ON THE SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT OF THE SIBERIAN FEDERAL DISTRICT

Abstract. The Siberian Federal District is an important part of Russia not only because of its unique nature, but also because of the rapid growth in tourism development. This territory of our country is famous for the presence of specially protected nature. Specially protected natural areas play an important role in the development of sustainable tourism in the region.

УДК 379.8

Кадыров Басыр Гаптельбариевич,
д. и. н., профессор

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВОЕННОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПРОВЕДЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ

Аннотация. В статье уделяется внимание организации военного туризма как важной составляющей туристической деятельности в условиях проведения специальной военной операции. Рассматривается ресурсная база военного туризма в настоящее время.

Туризм как одна из отраслей современной экономики является одной из интересных и значимых явлений общественной жизни. Важная составляющая этого явления – бурное развитие рынка услуг, связанных с туризмом, формирование новых направлений в туризме. Во многом это объясняется ростом потребностей людей, стремлением получить яркие неизведанные впечатления, лучше и глубже познать окружающий мир.

Военный туризм как разновидность туризма является важной составной частью жизни общества в целом и военнослужащих, в частности. Формирование этого направления в туризме и его функционирование, в определенной степени, связано с деятельностью государственных органов страны, таких как военное ведомство, органы культуры, различные общественные организации в лице, прежде всего, военно-исторических обществ и клубов.

Существуют различные точки зрения к пониманию термина «военный туризм». На наш взгляд, военный туризм – это целенаправленная деятельность по организации познавательных и досуговых мероприятий, связанных с военной сферой жизни общества. Эта работа включает посещение мест, объектов, где шли военные действия и сражения, памятники и мемориальные объекты, места захоронения, музеев (исторические, краеведческие, воинской славы и т. д.).

В настоящих условиях одной из самых обсуждающих тем в публикациях журналистов, исследователей, ученых, в программах электронных средств массовой информации является тема специальной военной операции. Безусловно, это не могло не отразиться и на вопросах организации военного туризма.

Среди важнейших целей, которые стоят перед военным туризмом, можно выделить решение задач, ставших актуальными именно в условиях специальной военной операции, когда коллективный запад ведет информационную, психологическую, санкционную войну против Российской Федерации. Это функции патриотического, военно-патриотического воспитания подрастающего поколения, самоутверждение молодых людей как личности и защитника Отечества, продолжателей славных подвигов своих отцов и дедов [1]. Сегодня в преддверии 80-летия победы советского народа в Великой Отечественной войне ясно ощущается, какое большое воздействие может оказать и оказывает потенциал туризма, в целом военного туризма, в частности на нравственную и духовную составляющую нашего общества. Мероприятия военного туризма позволяют обогатить нашу историческую память новыми глубокими фактами, которые необходимо в нынешних непростых условиях хода специальной военной операции. Пример павших и живых, беспримерное мужество защитивших и защищающих страну воинов не может оставить равнодушным. Важной функцией военного туризма, безусловно, можно считать формирование у людей интереса не только к военной истории и военным достопримечательностям, но и к природе регионов страны, к национальным традициям народов и многому другому. Людям интересно знать, что производится на заводах, на сельскохозяйственных угодьях, фермах и т. д. Для этого у военного туризма есть огромные возможности и ресурсная база. Туристические базы и объекты Министерства обороны Российской Федерации расположены на территории всей страны: от Калининграда до Сахалина и Камчатки. В каждом федеральном округе расположены военные санатории. Особенно немало их на Северном Кавказе, Крыму, Черноморском побережье Кавказа. В этих санаториях проходят лечение и реабилитацию, в том числе и участники специальной военной операции. Пешие, автобусные экскурсии, прогулка верхом на лошадях не только медицинские процедуры, но и важные компоненты участия в туристической деятельности, познании окружающего мира [2].

Безусловно, туризм в целом, военный туризм, в частности, формирует такие качества у человека, как выносливость, сила, смелость. Эти качества необходимы не только в повседневной жизни, но и востребованы в условиях экстремальных, в том числе и в ходе выполнения задач специальной военной операции. Поэтому задача дальнейшего развития военного туризма остается актуальной. Новое понимание развития военного туризма в условиях хода специальной военной операции, осознание необходимости сохранения объектов военного туризма расширяет перспективы военно-туристической деятельности как ресурса их инновационного развития.

Конечно, не совсем правильно было бы говорить о военном туризме как о новом виде туристической деятельности. Наверное, в нашей стране он начал развиваться в 1920-е годы, когда стали организовывать первые военные санатории и туристические базы. Поэтому военно-туристический потенциал нашей страны уникален.

Важными и неиссякаемыми источниками для популяризации военного туризма стали темы Великой Отечественной войны, развития армии и флота в различные периоды нашей истории. Эти страницы истории нашей страны, наполненные мужеством и героизмом воплощены в памятниках, монументальных сооружениях, в экспозициях военно-исторических и краеведческих музеев.

Сегодня имеются неплохие серьезные разработки, связанные с помещением полигонов, аэродромов, баз подводных лодок. Определенной популярностью пользуются полеты на самолетах, воздушных шарах, прыжки с парашютом, стрельбы и пробеги на боевых машинах, танках [3]. За рубежом проводят военные экскурсии в хоны боевых действий для наблюдения боевых действий (Сирия, Ливия, Афганистан, юго-восток Украины). Ряд зарубежных туристических компаний давно уже используют зону Чернобыльской АЭС как объект туристической деятельности. А ход боевых действий в настоящее время только подогревает интерес к этой теме.

На наш взгляд, определенным потенциалом для организации военно-туристической деятельности обладает и наша республика. Объектами военного туризма являются наш Казанский Кремль как военная крепость, места жизни военных деятелей, музеи. В годы Великой Отечественной войны на территории республики находились военные заводы, госпитали и другие объекты. В Казани работал академик Курчатов и многие видные военные ученые. На полях Фермы-2 действовал научно-испытательный танковый полигон, эвакуированный из подмосковной Кубинки. В Казани находится единственное в России военно-учебное заведение, готовящее офицеров-танкистов. Много интересного можно было увидеть на выставке военной техники стран НАТО в ноябре этого года в городе. Эта техника была подбита нашими воинами в зоне проведения специальной военной операции.

И наконец, нужно отметить, что Россия обладает большим количеством ресурсов для развития военного туризма.

Список литературы

1. Бахвалов А. А. Современные аспекты развития детско-юношеского туризма в России // Вестник Российской академии естественных наук. 2014. № 3. С. 58–61.
2. Танавская Л. Туризм цвета хаки // Коммерсантъ Деньги. № 21. С.68 URL: <https://www.kommersant.ru/doc/677158> (дата обращения: 14.11.2024).
3. Титова Е.А. Военный туризм как новое направление на туристском рынке // Туризм и культурное наследие. Межвузовский сборник научных трудов. URL: <https://docplayer.ru/58986037-E-a-titova-voenny-turizm-kak-novoe-napravlenie-na-turistskom-rynke.html> (дата обращения: 14.11.2024).

Basyr Gaptelbarievich Kadyrov,

Doctor of Historical Sciences, Professor

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEML)

Kazan, Russia

SOME ASPECTS OF MILITARY TOURISM IN THE CONDITIONS OF A SPECIAL MILITARY OPERATION

Abstract. The article pays attention to the organization of military tourism as an important component of tourist activity in the context of a special military operation. The resource base of military tourism at present is considered.

УДК 338.48; 314.44

**Уткина¹ Наталья Владимировна, Кабиров² Ильдар Сарварович,
Картовенко³ Екатерина Романовна**

¹к. э. н., доцент кафедры туризма,

²к. э. н., заведующий кафедрой туризма,

³студент образовательного направления «Сервис»

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

ТУРЫ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ: АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ ТУРИЗМА РОССИИ

Аннотация. В работе дается краткая характеристика основных направлений путешествий для людей с инвалидностью, представлены результаты анализа туров, предлагаемых для данной категории инклюзивных туристов на российском рынке туризма.

Ключевые слова: инклюзия, инклюзивный туризм, туристы с инвалидностью

В последние годы в обществе все больше внимания уделяется вопросам инклюзии и создания равных возможностей для включения всех категорий граждан в социальные процессы и социальное взаимодействие. Внедрение инклюзивного подхода в туризм и индустрию гостеприимства стимулировало развитие инклюзивного туризма.

Инклюзивный туризм – это процесс развития туризма, который подразумевает доступность туризма для всех, особенно для людей с временными ограниченными возможностями, семей с маленькими детьми [1]. Можно рассматривать инклюзивный туризм как особый подход к управлению индустрией туризма и организации туристских путешествий, во главе которого – понимание и учет потребностей в обеспечении всех элементов доступности среды: информационной, архитектурной (физической), когнитивной и пр. У инклюзивного туризма есть отличительная особенность, определяющая его социальную значимость. Это трансформация человека с инвалидностью и его интеграция в общественную жизнь [2].

Преимущества инклюзивного туризма:

1. Расширение горизонтов: путешествия позволяют людям с инвалидностью выйти за пределы привычного окружения, познакомиться с новыми культурами, природой и историческими памятниками.

2. Социальная адаптация: туристские поездки способствуют развитию социальных навыков, укреплению связей между людьми и преодолению барьеров общения.

3. Физическая активность: во многие туристские маршруты включены различные активности, которые позволяют улучшить физическое состояние.

4) Эмоциональное благополучие: новые впечатления и позитивный опыт помогают улучшить настроение и повысить самооценку.

Развитие инклюзивного туризма в Российской Федерации находится на начальном этапе. Однако уже сейчас на российском рынке туризма формируется предложение инклюзивных и специализированных туров с учетом особых потребностей туристов с инвалидностью. Так, в 2021 году туроператору ANEX Tour была вручена премия Правительства РФ в области туризма за реализацию проекта «Отдых без границ», который был направлен на создание комфортных условий для путешествий людей с ограниченными возможностями. На официальном сайте компании представлены средства размещения для лиц с ограниченными возможностями здоровья как в России, так и за рубежом.

В настоящее время из 4 452 действующих туроператоров, зарегистрированных в Едином федеральном реестре, наиболее известной компанией, которая специализируется на организации путешествий и отдыха для людей с инвалидностью, является ООО «Либерти» (г. Санкт-Петербург). Компания основана в 2004 году, занимается предоставлением туристских услуг инвалидам-колясочникам, а также адаптацией различных городских достопримечательностей для этой целевой аудитории. ООО «Либерти» является членом Ассоциации социальных предпринимателей и Ассоциации участников круизного рынка. В 2021 году представители компании стали победителями конкурса Ростуризма «Лучший по профессии» в номинации «Специалист в сфере доступного туризма».

Кроме ООО «Либерти» на российском рынке туризма туры для людей с инвалидностью предлагают АНО «Центр развития социальных и образовательных проектов «АУРА», ООО «Курортный Отдых», ООО «Агентство «Особый тур». Краткая информация предложения указанных компаний представлена в табл. 1.

Проведенный анализ показал, что указанные компании предлагают именно специализированные туры для людей с инвалидностью, хотя позиционируют их как инклюзивные. Исключение составляет ООО «Курортный Отдых», так как основу предложения здесь составляют морские безвизовые круизы с посещением морских портов Сочи и Турции на комфортабельном лайнере «Astoria Grande», имеющем каюты для гостей с ограниченными возможностями здоровья.

Краткая характеристика предложения организованных туров для людей с инвалидностью на российском рынке туризма (информация актуальна на 2024 год)

Компания-туроператор	Целевые сегменты туристов	Вид и название тура	Города посещения в рамках тура	Продолжительность тура	Цена на одного человека, руб.
АНО «Центр развития социальных и образовательных проектов «АУРА» (номер туроператора РТО 023868)	Туристы на инвалидных колясках с сопровождающими	Культурно-познавательный инклюзивный тур «Путешествие мечты» (входит в перечень национальных туристских маршрутов)	Калининград, пос. Некрасово, Зеленоградск, нацпарк «Куршская коса», пос. Заливино, Гвардейск, пос. Знаменск, пос. Железнодорожный, Правдинск, пос. Шоссейное	8 дней/ 7 ночей	от 40 000
ООО «Либерти» (номер туроператора РТО 026267)	Туристы на инвалидных колясках с сопровождающими	Культурно-познавательный инклюзивный тур «Классический Санкт-Петербург»	Санкт-Петербург, Пушкин	6 дней/ 5 ночей	49 900
		Культурно-познавательный инклюзивный тур «Инва-тур в Калининград»	Калининград, нацпарк «Куршская коса», Зеленоградск, Светлогорск	5 дней/ 4 ночи	40 500
		Культурно-познавательный инклюзивный тур «Выходные в Санкт-Петербурге»	Санкт-Петербург, Пушкин	3 дня/ 2 ночи	22 900
		Культурно-познавательный инклюзивный тур «Инва-тур в Казань»	Казань, Свияжск, Болгар, Йошкар-Ола	6 дней/ 5 ночей	43 500
		Культурно-познавательный инклюзивный тур «Инва-тур Псков-Пушкинские горы»	Санкт-Петербург (выезд), Псков, Пушкинские горы	3 дня/ 2 ночи	16 900
ООО «Курортный Отдых» (номер туроператора РТО 023735)	1) туристы на инвалидных колясках с сопровождающими; 2) инклюзия	Морской мини-круиз «Любимая Турция»	Сочи, Трабзон	3 дня / 2 ночи	27 900
		Морской круиз «Новый год в Турции»	Сочи, Стамбул (2 дня, ночь на борту), Амасра, Самсун, Трабзон	8 дней / 7 ночей	114 000
ООО «Агентство «Особый тур» (номер туроператора РТО 025470)	1) слабослышащие и глухие; 2) слабовидящие и незрячие; 3) туристы на инвалидных колясках с сопровождающими	Разнообразные форматы туров и реализуем особые индивидуальные и групповые маршруты	Казань и Республика Татарстан (туры организуют по запросу, постоянных сборных программ не предлагают)	н/д	н/д

Отметим, что инклюзивным туром называют путешествие, организованное таким образом, что оно доступно, безопасно и комфортно для всех его участников независимо от их особенностей в состоянии здоровья. То есть в таком путешествии одновременно могут участ-

воват нормотипичные люди, люди с нарушениями слуха, зрения, опорно-двигательного аппарата и на инвалидных колясках. Это означает, что маршрут тура должен быть адаптирован под нужды каждого участника, включая доступность информации и связи, инфраструктуры, транспорта, проживания, питания, экскурсионной и развлекательной программ. При этом подготовка туроператорами инклюзивных туров осуществляется в соответствии с возможностями туристских дестинаций.

В настоящее время основными направлениями инклюзивных туров по России являются:

1. Москва.

Город является местом притяжения большого количества туристов, предлагая множество вариантов для инклюзивных путешествий и отдыха. Здесь можно посетить Кремль, Красную площадь, ВДНХ, парк «Зарядье», Третьяковскую галерею, музей современного искусства «Гараж», Дарвиновский музей и другие достопримечательности, которые оборудованы для комфортного посещения людьми с инвалидностью. Кроме того, в Москве работают компании, которые организуют специализированные экскурсии с учетом индивидуальных потребностей туристов (экскурсантов) с разными особенностями здоровья и разных возрастных категорий. Примерами таких компаний являются: «МОСГОРТУР» (проект «Инклюзивные экскурсии в музеи Москвы»), фонд «Без Барьеров» (проект «особенный туризм»), АНО «Агентство развития внутреннего туризма» (проект «Инклюзивные экскурсии») и др.

2. Санкт-Петербург.

Санкт-Петербург – культурная столица России, известная своими музеями, театрами и архитектурными шедеврами. Город активно работает над созданием доступной среды для туристов с инвалидностью. Многие музеи предлагают аудиогиды и тактильные экспонаты для слабовидящих посетителей, а также пандусы и лифты для инвалидов-колясочников. Информация об объектах туристской инфраструктуры Санкт-Петербурга, доступных для посещения туристами (экскурсантами) с ограниченными возможностями здоровья, представлена на портале «Доступный Петербург». Портал также содержит информацию об туристских маршрутах по Санкт-Петербургу и Ленинградской области, адаптированных для тех или иных категорий инклюзивных туристов: «Царскосельская прогулка» (маршрут для незрячей группы), «Конфессии в Петербурге» (экскурсия проводится на русском жестовом языке), «Блокада Ленинграда» (для детей), «Вокруг нулевой версты», «Загородные резиденции Романовых», «Государевы потехи» (для детей) и др.

3. Сочи.

Сочи – популярный курортный город на Черноморском побережье. Благодаря Олимпиаде-2014 здесь была создана современная инфраструктура, доступная для людей с ограниченными возможностями здоровья. Пляжи оборудованы специальными спусками к воде, а отели предлагают номера с удобствами для инвалидов-колясочников. Также в Сочи можно найти множество активных развлечений: «Skypark Сочи» (в парке предлагается совершить полеты с банджи, на троллее или качелях со свободным падением), катание на горных лыжах в адаптивном горнолыжном центре на курорте «Красная Поляна», парарафтинг (сплав на рафтах по горным рекам) и др.

4. Крым.

Крым предлагает различные возможности для совершения путешествий людям с инвалидностью, но важно учитывать некоторые особенности и нюансы. Крымские курорты, такие как Ялта, Алушта, Евпатория, Саки, предлагают разнообразные программы лечения и отдыха на базе местных санаториев и пансионатов, в том числе предоставляя специализированные номера и услуги. Так, например, город Саки, известный своими грязевыми лечебницами и санаториями, еще с советского времени пользуется популярностью у туристов с инвалидностью. Однако не все санатории в Саках специализируются именно на лечении людей с инвалидностью. Важно отметить, что специфика лечения и реабилитации в санаториях Саки сильно варьируется. Некоторые санатории специализируются на определенных видах заболеваний и имеют специально оборудованные помещения и персонал для работы с людьми с ограниченными возможностями здоровья. Другие же могут предлагать общие программы, которые могут быть адаптированы для людей с инвалидностью при наличии определенных условий.

5. Казань.

Казань – город с богатой историей и культурой, где гостеприимство – не только индустрия, но и одна из базовых ценностей местного населения. Новые объекты строятся уже с учетом принципов универсального дизайна. На карте доступности портала «Добрая Казань» размещена информация о сорока организациях сферы культуры, имеющих доступную среду для людей с инвалидностью. Среди доступных достопримечательностей можно выделить Казанский Кремль, мечеть «Кул Шариф», Благовещенский собор, Казанский государственный академический театр оперы и балета имени Мусы Джалиля, набережная реки Казанки, улица Баумана.

Несмотря на формирующийся практический опыт и имеющиеся определенные успехи в развитии инклюзивного туризма, также имеются и некоторые пролемы:

1. Недоступность некоторых объектов туристской инфраструктуры. Не все города и муниципальные образования обладают полноценной доступной средой. Особенно это касается небольших населенных пунктов и сельских районов.

2. Высокая стоимость туристской поездки. Организация инклюзивных туров требует дополнительных затрат на оборудование и персонал, что может сделать их менее доступными для широкой аудитории. Именно поэтому в Российской Федерации развитие инклюзивного туризма рассматривается больше как социальное направление работы, а не как бизнес. Путешествия для инклюзивных туристов, как правило, организуются в рамках реализации социальных программ или как отдельные проекты, финансируемые за счет грантовых средств различных государственных и частных фондов.

3. Отсутствие информации. Многие туристы с инвалидностью сталкиваются с трудностями при поиске подходящих туристских маршрутов и услуг, так как информация о доступности часто отсутствует или представлена не полностью.

В заключение отметим, что инклюзивный туризм – это важный шаг к созданию общества, где каждый человек имеет равные возможности для самореализации и получения новых впечатлений. Россия постепенно движется в этом направлении, создавая доступные туристские маршруты и улучшая инфраструктуру. Однако еще многое предстоит сделать, чтобы обеспечить комфорт и безопасность всем путешественникам, независимо от их возможностей здоровья.

Список литературы

1. Межова Л. А., Летин А. Л., Луговская Л. А. Теория и практика организации инклюзивного туризма в России и зарубежом // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1–1. – С. 849.
2. Пирогова О. Е. Мустафина А. В., Гамидова А. Э. Инклюзивный туризм: понятие и сущность // Управленческое консультирование. – 2023. – № 6(174). – С. 81–89. – DOI: 10.22394/1726-1139-2023-6-81-89.

**Natalia Vladimirovna Utkina¹, Ildar Sarvarovich Kabirov²,
Ekaterina Romanovna Kartovenko,³**

¹Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism,

²Candidate of Economic Sciences, Head of the Department of Tourism,

³Student of the educational direction «Service»

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,
Kazan, Russia

TOURS FOR PEOPLE WITH DISABILITIES: AN ANALYSIS OF THE OFFER ON THE RUSSIAN TOURISM MARKET

Abstract. The article provides a brief description of the main directions of organized travel for people with disabilities, presents the results of an analysis of tours offered for this category of inclusive tourists in the Russian tourism market.

Keywords: inclusion, inclusive tourism, tourists with disabilities

References

1. Mezheva L. A., Letin A. L., Lugovskaya L. A. Teoriya i praktika organizatsii inkluzivnogo turizma v Rossii i za rubezhom. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*. 2015. Vol. 1. Iss. 1. P. 849.
2. Pirogova O. E., Mustafina A. V., Gamidova A. E. Inclusive tourism: concept and essence. *Management consulting*. 2023. Vol. 6. Iss. 174. P. 81-89. – DOI: 10.22394/1726-1139-2023-6-81-89.

УДК 94 (571.13)

Кожевникова Екатерина Александровна,

студент

Казанский (Приволжский) федеральный университет,

Казань, Россия

ИСТОРИЧЕСКАЯ «СТОЛИЧНОСТЬ» ОМСКА И ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ

Аннотация. В XXI веке стал активно подниматься факт бывшей «столичности» Омска, что значительно повлияло на развитие и самопрезентацию города. Исследований о влиянии заявленного статуса «Третьей столицы России» на образ города и привлечению благодаря ему потока туристов мало, что обосновано короткими временными рамками. Данная работа рассматривает, как статус бывшей столицы Белой России влияет на состояние города в настоящее время. Сегодня в Омске сильна историческая память, на протяжении 30-ти лет реализуются проекты, напоминающие жителям и гостям города о его прошлом. Отмечено, что образ «Третьей столицы» используется в туристическом секторе, однако не привлекает большого туристического потока из других регионов.

Столицей Белой России Омск был назван в период Гражданской войны. Связано это было с прибытием в город вице-адмирала Александра Колчака в середине октября 1918. Еще до этого Временное Сибирское правительство объявило, что с 23 июля 1918 года Омск считается Белой столицей Сибири, а при Колчаке 3 ноября Омск стал Белой столицей всей России, о чем сообщалось в местной газете «Заря» [1]. Статус столицы закрепился после военного переворота в ночь на 18 ноября, когда Белое движение свергло Временное правительство, а Александр Васильевич принял титул Верховного правителя России. Данный факт в истории города оказал сильное влияние на его развитие и самопрезентацию спустя почти сотню лет.

В советский период факт бывшей «столичности» Омска замалчивался и стал активно подниматься только в XXI веке. Перемены в омском краеведении произошли, так как исследователи начали использовать неизвестные и недоступные ранее документы. Город стал развивать и поддерживать имидж «Третьей столицы России», что повлияло на идентичность города, его самопрезентацию, а, следовательно, стал использоваться как фактор привлечения туристов.

Стоит отметить, что на статус третьей столицы претендует не только Омск, но и такие города как Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород и Казань. Между последними двумя шло активное «состязание», где победу одержала Казань, запатентовав в 2008 году в Роспатенте товарный знак «Третья столица».

Статус третьей столицы не является политическим, он скорее престижный. Это неофициальное наименование перечисленных выше городов, которые претендуют на равенство с Москвой и Санкт-Петербургом. Желание закрепить за собой «столичность» подчеркивает уверенность города в своих силах, показывает его амбиции. Несмотря на то, что товарный знак «Третья столица» принадлежит Казани, это не мешает другим городам продолжать развивать эту идею.

В борьбе за звание третьей столицы у Омска есть одно весомое преимущество, о котором уже упоминалось, и это историческая «столичность». В Омске находилось и ЦК РКП(б), и Российское правительство, распространившее свою власть на большую территорию, хоть

город и воспринимался временной столицей в противовес Москве [2. С. 40]. Это преимущество реализуется достаточно активно.

Впервые этот образ используется в 1994 году, когда в Омском государственном историко-краеведческом музее прошла передвижная выставка «А. В. Колчак. Портрет на фоне эпохи».

В 2005 году начала выходить еженедельная общественно-политическая Омская газета «Третья столица», которая продолжает свою работу до сих пор. Учредителем газеты является администрация города.

В 2012 году в день рождения А.В. Колчака по инициативе владельцев ресторана «Колчакъ» был открыт посвященный ему памятник. Идея установить еще один памятник лидеру белого движения в городе существует и неоднократно высказывалась, однако этого пока не произошло.

К трехсотлетию города в 2014 году был выпущен документальный фильм Андрея Грачева с таким же названием «Омск. Третья столица», посвященный последним годам жизни Колчака.

В августе 2016 года в городе стартовал информационно-просветительский проект «Третья столица» [3], главной целью которого являлась популяризация объектов культурного и исторического наследия в Омске, связанных с историей Гражданской войны. Для осуществления проекта была предусмотрена установка информационных знаков с QR-кодами на фасадах зданий, в которых в годы Гражданской войны находились административные структуры власти Российского государства, а также тех, в которых жил и работал Верховный правитель. Первая открытая информационная табличка была установлена на здании генерал-губернаторского дворца.

Проект вызвал неоднозначную реакцию. Историки из Санкт-Петербурга и Новосибирска высоко оценили эту идею, назвали актуальной и полезной. Жители города тоже отзывались о ней позитивно. Однако в 2019 году против табличек стали активно выступать местные коммунистические организации, а также вандалы.

В рамках этого проекта так же представлена карта, где отмечены здания-участники, с подробным описанием значения каждого из этих памятников истории Гражданской войны.

Данный столичный образ транслируется не только для жителей города с целью сохранения исторической памяти, но и для туристов, причем как местных, так и иногородних. Все перечисленные мероприятия создают определенный имидж, привлекающий туристов, и атмосферу, в которую они могут погрузиться. Посетив город, можно взять экскурсию под названием «Омск – третья столица России» и посетить важные исторические достопримечательности. Однако, хоть «столичность» Омска и связана с периодом Гражданской войны, в программе экскурсии немало позиций, которые слабо затрагивают этот период. Как пример, памятник Ф. М. Достоевскому «Крест несущий», связанный с каторжным прошлым писателя и его религиозным взглядом.

Омск сложно назвать центром привлечения туристов. Туристический поток в Омскую область по данным Росстата в 2022 году составил 844 496 поездок, что составляет 0,55 % от общего туристического потока по всей России. Среди своих «соперников» за звание «Третьей столицы» это самый низкий показатель, перед ним идет Новосибирская область, где турпоток больше в 3,5 раза. По показателям за январь–март 2024 года показатели туристического потока Омской области составили 198 753, это 0,63 % от всей России. Можно сделать вывод, что «столичность» города слабо влияет на привлечение туристов из других регионов, и больше привлекает посетителей из области. Несмотря на продвигаемый статус столицы, в городе отсутствует единый бренд, что так же негативно влияет на туристическую привлекательность.

Сегодняшний Омск – это крупный культурный, спортивный и промышленный центр. Город-миллионник, третий по численности населения в Сибири и тринадцатый в Российской Федерации. Имеет важное географическое положение, так как является транспортным узлом: с запада на восток через город проходит железнодорожная Транссибирская магистраль, а с юга на север – судоходная река Иртыш. Бывшая Белая столица активно реализует историческое

наследие: выпуск газеты, съемка фильмов, просветительские проекты и экскурсионные программы. Все вышеперечисленное не дает омичам забыть свою историю, а жителям других регионов помогает лучше ее узнать. Несмотря на то, что здания и памятники, напоминающие об этом периоде, периодически привлекают вандалов, политика трансляции идеи «Третьей столицы России» позитивно влияет на развитие города. В туристическом секторе идея активно используется, однако сложно сказать, что она влияет на повышение туристического потока.

Список литературы

1. «Это был город военных и чиновников». Как Омск стал столицей России [Электронный ресурс]. – URL: <https://gorod55.ru/news/2018-07-23/eto-byl-gorod-voennyh-i-chinovnikov-kak-omsk-stal-stolitsey-rossii-30341> (дата обращения: 20.11.2024).
2. Вибе П. П. Омск в годы Гражданской войны: мифологизация в пространстве публичной истории / П. П. Вибе; Мин-во Культуры Омской области; ОГИК музей. – Омск: ОГИК музей, 2020. – 56 с. : ил.
3. Третья столица России (историко-культурный проект) [Электронный ресурс]. – URL: [https://ru.ruwiki.ru/wiki/Третья_столица_\(историко-культурный_проект\)](https://ru.ruwiki.ru/wiki/Третья_столица_(историко-культурный_проект)) (дата обращения: 20.11.2024).

Kozhevnikova Ekaterina Alexandrovna,
student,
Kazan (Volga Region) Federal University,
Kazan, Russia

THE HISTORICAL "CAPITAL CITY" OF OMSK AND ITS MANIFESTATION IN THE XXI CENTURY

Abstract. There are few studies on the impact of the declared status of the "Third Capital of Russia" on the image of the city and attracting a flow of tourists due to it, which is justified by a short time frame. This work examines how the status of the former capital of White Russia affects the current state of the city. Today, Omsk has a strong historical memory, and for 30 years projects have been implemented that remind residents and guests of the city of its past. It is noted that the image of the "Third Capital" is used in the tourism sector, but does not attract a large tourist flow from other regions.

References

1. "It was a city of military and officials." How Omsk became the capital of Russia [Electronic resource]. – URL: <https://gorod55.ru/news/2018-07-23/eto-byl-gorod-voennyh-i-chinovnikov-kak-omsk-stal-stolitsey-rossii-30341> (date of reference: 11/20/2024).
2. Vibe P. P. Omsk during the Civil War: mythologization in the space of public history / P. P. Vibe; Ministry of Culture of the Omsk region; OGIK Museum. Omsk: OGIK Museum, 2020. – 56 p. : ill.
3. The third capital of Russia (historical and cultural project) [Electronic resource]. – URL: [https://ru.ruwiki.ru/wiki/Tretya_stolita_\(historical_and_cultural_project\)](https://ru.ruwiki.ru/wiki/Tretya_stolita_(historical_and_cultural_project)) (date of reference: 11/20/2024).

Комарова Екатерина Сергеевна,
студент,
Муромский институт Владимирского государственного университета
имени А. Г. и Н. Г. Столетовых,
Муром, Россия

РАЗВИТИЕ БЕРДВОТЧИНГА КАК ПЕРСПЕКТИВНОГО ВИДА СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОГО ТУРИЗМА

Аннотация. Рассмотрены особенности и потенциал этого направления в России и за рубежом. Приводится анализ экологической, образовательной и экономической значимости бердвотчинга. Описаны конкретные примеры туров в России и за границей, а также проблемы и пути их решения для популяризации данного вида деятельности.

Ключевые слова: бердвотчинг, экотуризм, орнитология, биоразнообразие, устойчивое развитие, социально-ответственный туризм, экологическое образование

Современные туристические направления все чаще фокусируются на экологии и наблюдении за природой, предлагая не только наслаждение красотой окружающего мира, но и возможность внести свой вклад в его сохранение. Экотуризм становится все более популярным, привлекая путешественников, которые хотят отдохнуть в гармонии с природой, а не за счет нее. Туристические маршруты прокладываются с учетом минимизации воздействия на экосистему, а акцент делается на устойчивом развитии и экологических практиках.

В последние годы наблюдение за птицами, или бердвотчинг [1], стало одним из самых популярных видов активного отдыха среди любителей природы и путешествий. Это увлечение не только позволяет наслаждаться красотой пернатых, но и способствует осознанию важности сохранения биоразнообразия и экосистем. С каждым годом растет интерес к специализированным турам, которые предлагают уникальные возможности для наблюдения за птицами в различных уголках мира. Россия обладает огромным потенциалом для развития этого направления благодаря уникальному биологическому разнообразию.

В рамках исследования феномена бердвотчинга российскими экспертами [2] были проведены аналитические обзоры научной и научно-популярной литературы, а также изучен практический опыт организации и проведения соревнований по бердвотчингу. Исследования Беляева Д. А., Репшем Н. В., Шурухиной Т. Н., Белова А. Н. и Берсеновой С. А. подтвердили значительную роль бердвотчинга в экологическом образовании школьников, показав потенциал использования данных наблюдений в научных целях.

В другом исследовании [3], проведенном Афанасьевым О. Е., Гончаровой О. В., Ибрагимовым Э. Э. и Солнцевой О. Г., был проведен анализ методологических аспектов бердвотчинга в контексте природоориентированного туризма. Авторы выявили актуальные направления исследований, сфокусировавшись на феномене городского бердвотчинга и предложив классификацию различных форм бердвотчинга, орнитологического и авитуризма. Полученные результаты позволили уточнить соотношение и феноменологию этих понятий, и их влияние на развитие природоориентированного туризма.

Зарубежные исследования в области бердвотчинга показывают, что это направление становится все более популярным и прибыльным. Согласно отчету Audubon Society (Общество Одюбона) в США, около 45 миллионов человек ежегодно занимаются бердвотчингом. Это делает данную деятельность одной из ключевых в сфере экотуризма. Национальное общество Одюбона защищает птиц и места их обитания, а также работает по всей Америке в области науки, пропаганды, образования и охраны природы. Оно является некоммерческой природоохранной организацией с 1905 года. Также Национальное общество Одюбона в 2022 году объявило победителей тринадцатого ежегодного конкурса «Фотография Одюбона». Судьи присудили восемь премий в пяти номинациях из 2416 работ, присланных из всех 50 штатов, Вашингтона, округ Колумбия, и 7 канадских провинций и территорий. Главным призом было 5 000 долларов.

Данные исследования направлены на более глубокое понимание влияния бердвотчинга на общественное сознание и его потенциал как средства для устойчивого развития местных сообществ.

Согласно данным за 2022 год, бердвотчеры в США ежегодно тратят около 41 миллиарда долларов, а также вносят почти 15 миллиардов долларов в экономику регионов [4. С. 176].

Такая статистика подчеркивает широкую популярность бердвотчинга среди американцев, что способствует не только повышению интереса к природе, но и активному вовлечению людей в охрану окружающей среды. Участие в бердвотчинге также поддерживает местные экономики, так как многие из этих наблюдателей путешествуют по стране, посещая различные природные зоны и заповедники. Это создает спрос на услуги гостиниц, ресторанов и других предприятий.

Можно сделать вывод, что бердвотчинг в США значительно популярнее благодаря развитой инфраструктуре, большому числу участников и высокой степени вовлеченности в научные проекты. В России также это направление развивается, и имеет высокий потенциал благодаря богатому биоразнообразию и растущему интересу со стороны энтузиастов и организаторов.

В настоящее время в России существуют подобные туры, которые могут быть интересны посетителям любого возраста. Однако для их популяризации необходимо повысить спрос на данный вид туристических услуг.

1. Фототур «Удивительный мир птиц» в Национальном парке «Смоленское Поозерье» предлагает возможность погрузиться в мир орнитологии и насладиться природой, сочетая наблюдение за птицами, фотографирование и образовательные лекции. Участники смогут исследовать различные экосистемы парка, включая леса и водоемы, где опытные гиды помогут распознать как распространенные, так и редкие виды птиц, а также расскажут об их повадках.

В программе предусмотрены мастер-классы по фотографии дикой природы, где участники получают советы по технике съемки и работе с освещением. Кроме того, лекции о миграционных путях птиц и их роли в экосистемах способствуют более глубокому пониманию важности охраны окружающей среды. Участие в туре не только приносит удовольствие, но и формирует экологическое сознание, вдохновляя людей на защиту природы. Однако участники могут столкнуться с трудностями, такими как непредсказуемые погодные условия и недостаток опыта работы с профессиональным оборудованием для фотографирования.

2. Экологический тур на Ладожскую орнитологическую станцию представляет собой погружение в мир орнитологии и становится частью важного научного процесса, сочетая наблюдение за разнообразием птиц с активным участием в исследованиях.

Участники тура смогут наблюдать за местными и перелетными видами птиц на специально оборудованных площадках. Также они смогут принять участие в отлове, взвешивании и маркировке птиц, что поможет ученым изучить миграционные пути и поведение пернатых.

Наряду с преимуществами, которые предоставляет бердвотчинг в России, существуют и проблемы, требующие решения для достижения максимальной популярности этого направления:

1. На данный момент в регионах, богатых биоразнообразием, недостаточно оборудованных мест для наблюдения за птицами. Это включает в себя отсутствие удобных и безопасных наблюдательных площадок, а также недостаток квалифицированных гидов, которые могли бы провести экскурсии и поделиться знаниями о местной фауне.

2. Недостаточное количество целевых государственных программ, направленных на развитие бердвотчинга.

3. Отсутствие информации о местах обитания редких видов птиц и о том, как заниматься наблюдением за ними.

Эффективными путями решения являются:

1. Создание специализированных наблюдательных площадок с удобным доступом и необходимым оборудованием (бинокли, информационные стенды). Разработка удобных маршрутов с ясной навигацией и указателями. Установка информационных табличек о местной флоре и фауне.

2. Проведение образовательных мероприятий для местного населения и туристов, включая семинары, лекции и воркшопы. Включение темы бердвотчинга в школьные и университетские программы для формирования интереса у молодежи с раннего возраста.

3. Разработка мобильных приложений для идентификации птиц с использованием технологий распознавания изображений. Такие приложения могут включать интерактивные карты маршрутов, советы по наблюдению за птицами и возможность делиться фотографиями и наблюдениями с другими пользователями.

Одним из эффективных способов развития бердвотчинга в России является создание «Атласа птиц», который позволит специалистам изучить сотни видов птиц, обогатит опыт туристов и положительно повлияет на природу и местные сообщества.

Благодаря деятельности орнитологов-любителей, специалисты получают ценные сведения о биологии различных пернатых. Так, с 2014 года ведется работа над созданием атласа птиц Московской области. В ходе работы территория области делится на квадраты размером 10 на 10 километров. Каждый из них необходимо обследовать в зимний период, чтобы определить виды птиц, которые остаются на зимовку, а также в летний период, чтобы выявить виды, которые гнездятся в этих местах.

В 2023 году, по версии Журнала 2024 Moscow Birdwatching¹ было проведено 44 281 наблюдение за 269 видами животных. В работе участвовало 1 893 эксперта и 1 369 наблюдателей. По сравнению с предыдущим годом, количество наблюдений увеличилось почти на 50 %. Также увеличилось число экспертов и наблюдателей.

Ниже будет представлена краткая информация о результатах наблюдений:

– Кряква занимает наибольшую долю с 15 % (2 323) наблюдений, что делает ее наиболее часто встречаемой.

– Большая синица (1 995) и огарь (1 899) делят второе место с одинаковым процентом наблюдений – по 13 %.

– Дрозд-рябинник (1 431) и лазоревка (1 408) имеют равные доли – 10 % наблюдений.

– Серая ворона (1 279) и снегирь (1 277) составляют по 9 %.

– Пестрый дятел (1 220) и сизый голубь (1 153) получили по 8 % наблюдений.

– Зяблик оказался на последнем месте с 7 % (1 081).

Вывод: кряква, большая синица и огарь являются наиболее часто наблюдаемыми видами, в то время как зяблик встречается реже других.

Бердвотчинг является важным элементом экотуризма, который объединяет наблюдение за природой с усилиями по ее сохранению. В мировой практике он уже доказал свою популярность и экономическую выгоду, особенно в США, где развитая инфраструктура и активное участие людей способствуют успешной реализации программ. В России бердвотчинг находится на этапе становления, но имеет значительный потенциал благодаря уникальному биологическому разнообразию. Для его развития требуется улучшение инфраструктуры, образовательных программ и информационной поддержки, а также активное включение технологий и создание специализированных маршрутов.

Список литературы

1. Горяшко А. Бердвотчинг: наука страсти нежной // Химия и жизнь. 2004. № 2. С. 54–58.
2. Беляев Д. А., Сиденко М. В. Опыт проведения соревнований по спортивной орнитологии (бердингу) в национальном парке «Смоленское Поозерье» // Евразийские маршруты и открытия Н.М. Пржевальского: интеграция и перспективы научных исследований в системе ООПТ: Пятые международные чтения памяти Н. М. Пржевальского. Смоленск: Маджента, 2017. С. 212–220.
3. Афанасьев О. Е., Гончарова О. В., Ибрагимов Э. Э., Солнцева О. Г. Бердвотчинг и авиатризм как направление природоориентированного туризма: проблемы терминологии, формы и практики организации Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т.15, №2. С. 93–108.
4. Уколов И. И. Птицы: наблюдаем, определяем, фотографируем. М. : Фитон XXI, 2017.

Komarova Ekaterina Sergeevna,
student,
Murom Institute of Vladimir State University
named after A. G. and N. G. Stoletov,
Murom, Russia

DEVELOPMENT OF BIRDWATCHING AS A PROMISING TYPE OF SOCIALLY RESPONSIBLE TOURISM

Abstract. The features and potential of this area in Russia and abroad are considered. An analysis of the ecological, educational and economic significance of birdwatching is provided. Specific examples of tours in Russia and abroad are described, as well as problems and ways to solve them for the popularization of this type of activity.

Keywords: birdwatching, ecotourism, ornithology, biodiversity, sustainable development, socially responsible tourism, environmental education

УДК 379.841

Кочнева Ольга Михайловна,
студент,
Югорский государственный университет,
Ханты-Мансийск, Россия
Есипова Светлана Александровна,
кандидат географических наук, доцент,
Югорский государственный университет,
Ханты-Мансийск, Россия

ВЛИЯНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ МАЛЫХ ГОРОДОВ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА АЛАПАЕВСК

Аннотация. Событийный туризм становится все более популярным направлением, привлекающим туристов яркими впечатлениями и эмоциями. Город Алапаевск, связанный с жизнью и творчеством Петра Ильича Чайковского, который принял проект «Путь Чайковского», инициированный Юрием Башметом. Это событие стало важным шагом в развитии событийного туризма в Свердловской области, способствуя экономическому росту и культурной привлекательности города.

Событийный туризм – это вид туризма, который позволяет посетить события и мероприятия туристам, тем самым связать два процесса. События могут быть разного характера. Наиболее популярные направления сейчас: культура, спорт и бизнес. Событийный туризм сегодня набирает обороты и становится одним из любимых видов туризма, но не все путешественники попробовали это направление. Спрос на участие в различных мероприятиях растет, об этом нам говорит статистика. Туристы сейчас все чаще выбирают это направление, ведь оно позволяет получить массу ярких впечатлений и эмоций, которые невозможно получить при пляжном отдыхе, даже с насыщенной программой. Наиболее заинтересованы в продвижении событийного туризма – регионы. Турист, который приехал на событие, склонен тратить больше за все время своего пребывания, чем турист, который выбрал другой вид туризма [1].

Алапаевск – город Свердловской области, который стал административным центром одноименного городского округа. У города богатая история, например, сама Екатерина II Великая в 1781 году подарила статус города этой территории. Алапаевск сегодня – это маленький город на Урале. Несмотря на небольшую численность, город считается промышленным и религиозным центром Свердловской области [2].

Говоря о великом композиторе – Петре Ильиче Чайковском, чаще всего вспоминают Москву и Санкт-Петербург. Но есть более отдаленный от известных центров город, где семья

Чайковского жила некоторое время. Это город Алапаевск в Свердловской области. Жизнь Петра Ильича в Алапаевске дала свои плоды, появился ряд произведений, которые связаны с этим периодом его жизни. Исследователи биографии Чайковского Петра Ильича считают, что алапаевский период ярко отразился на творчестве композитора [3].

Юрий Башмет – тот, чье имя вызывает восхищение у поклонников классической музыки по всему миру. Уже в возрасте 23 лет Башмет завоевал Гран-при престижного конкурса в Германии, демонстрируя свое мастерство. Уже в 30 лет он получил звание заслуженного артиста РСФСР. Юрий Башмет – обладатель множества наград и званий. Венцом его достижений стала премия «Грэмми», подтверждающая его мировое признание. Музыкант вошел в историю и как организатор собственного фестиваля. В 2004 году Юрий провел именной Международный фестиваль. Мероприятие состоялось в Минске, а его соорганизатором выступил белорусский пианист Ростислав Кример. Этот номер получил награды ТЭФИ. Успех Юрий Башмет хочет повторить и с проектом «Путь Чайковского», который впервые состоялся в Свердловской области, а именно в Алапаевске [4].

Июль 2024 года стал важным для города Алапаевск. Маленькому городу удалось принять проект «Путь Чайковского». Концерт вызвал ажиотаж, и каждый житель пытался попасть на мероприятия, не говоря о гостях с других городов и регионов. Идея проекта привлекала слушателей, люди хотели не только услышать классическую музыку под руководством маэстро, но и увидеть блистательных артистов. Участниками концерта стали такие личности как Юрий Башмет, София Виланд, Валерия Абрамова, Аркадий Яковлев, Альбина Тонких, Богдан Гуенок. Выступил и камерный ансамбль «Солисты Москвы». В концерте исполнили симфонию Петра Ильича Чайковского. Концерт вела Полина Агуреева, она зачитывала фрагменты из дневников и мемуаров о детстве композитора. Во дворе дома Петра Ильича Чайковского в Алапаевске устроили световое представление. Первым номером программы стало исполнение «Струнного квартета 2», которое доверено камерному ансамблю «Солисты Москвы». Мелодия погружала зрителей в мир музыки композитора, они ощущали, как трагизм момента, так и радость. Виолончелист Аркадий Яковлев подарил публике свое мастерство в «Ноктюрне для виолончели». Богдан Гуенок исполнил романсы «Подвиг» и «Отчего». Скрипачка Валерия Абрамова внесла трагедию, флейтистка Софья Виланд подарила умиротворение. Честь завершить концерт выпала Альбине Тонких – ее пение точно оставило впечатление у всех присутствующих. Финальным аккордом вечера стала «Серенада для струнного оркестра», которая завершила этот волшебный музыкальный вечер [5].

Концерт в Алапаевске прошел хорошо и запомнился многим, но имел недочеты в связи с тем, что проводился впервые на территории Свердловской области. На наш взгляд, организаторы совершили ошибки, которые повлияли на это событийное мероприятие. Было очень нужным обеспечить навигацию для гостей, ведь город принимал иногородних гостей, которые не ориентируются так хорошо в городе Алапаевск, как местные жители. В городе на время проведения мероприятия не хватало указателей и информационных щитов или иных знаков навигации.

Подбор и обучение волонтеров. На данном мероприятии не хватало знающих волонтеров, которые могли правильно сориентировать гостей. Именно из-за этого концерта задержался, а некоторая часть гостей не смогли попасть на площадку из-за неопытности волонтеров. На территории города Алапаевск есть несколько учреждений среднего образования, в них, на наш взгляд, стоит проводить обучение и привлекать молодежь к культурным мероприятиям.

Продумывание возможных рисков. Почти перед самым началом в городе Алапаевск начался дождь, который никто не ждал. Само начало прошло без осадков, но если бы погода не успокоилась, то концерт пришлось бы отменять. Организатором площадки нужно было предусмотреть погодные условия на нестабильном Урале и изначально при продумывании зоны нужно было включить навес на территорию площадки для проведения фестиваля.

На примере Алапаевска было выявлено, что проведение различных культурных мероприятий, таких как фестивали, выставки и концерты, привлекает внимание к городу. Это поз-

воляет увеличить поток туристов, что будет стимулировать развитие туризма на данной территории и повышать экономику региона. Кроме того, события способствуют улучшению имиджа города и региона, повышая их привлекательность для инвесторов и предпринимателей. Однако необходимо отметить, что успешное развитие событийного туризма требует комплексного подхода. Важно учитывать интересы местных жителей, поддерживать баланс между сохранением культурного наследия и удовлетворения потребностей туристов.

Список литературы

1. Булганина С. В. Событийный туризм: история и перспективы развития / С. В. Булганина, Н. С. Лопаткина. – Нижний Новгород : Журнал “НАУКОВЕДЕНИЕ”, 2015. – 4 С.
2. Официальный сайт Администрации Муниципального образования город Алапаевск [Электронный ресурс]. – URL: <https://moalapaevsk.ru> (дата обращения: 25. 11. 2024).
3. РИА Новости [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20230124/bashmet-1846751884.html> (дата обращения: 25. 11. 2024).
4. Культура Урала. РФ [Электронный ресурс]. – URL: <https://uralcult.ru/proekt-yuriya-bashmeta-put-chaykovskogo-vpervye-sostoitsya-v-sverdlovskoy-oblasti> (дата обращения: 25.11.2024).
5. Областная газета [Электронный ресурс]: – URL: <https://oblgazeta.ru/culture-and-sports/music/2024/07/57439> (дата обращения: 25.11.2024).

Kochneva Olga Mikhailovna,

student,

Yugorsk State University Khanty-Mansiysk, Russia,

Esipova Svetlana Aleksandrovna,

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor

Yugorsk State University Khanty-Mansiysk,

Russia

THE INFLUENCE OF EVENT TOURISM ON THE DEVELOPMENT OF SMALL TOWNS ON THE EXAPLE OF THE CITY OF ALAPAYEVSK

Abstract. Event tourism is becoming an increasingly popular destination, attracting tourists with vivid impressions and emotions. The city of Alapaevsk, associated with the life and work of Pyotr Ilyich Tchaikovsky, which adopted the project "Tchaikovsky's Path", initiated by Yuri Bashmet. This event became an important step in the development of event tourism in the Sverdlovsk region, contributing to the economic growth and cultural attractiveness of the city.

УДК 640.41

Кужугет Аюша Буяновна,

студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Аннотация. В этой статье мы рассмотрим тенденции развития, которые формируют его динамику и конкурентоспособность в условиях глобализации и быстро меняющихся потребительских предпочтений.

Основное внимание уделяется внедрению цифровых технологий и автоматизации процессов, экологичности и устойчивому развитию, а также развитию медицинского и корпоративного туризма.

Главными угрозами неактуальности содержания гостиничного бизнеса стали экологические проблемы, не рентабельность содержания из-за малого количество постояльцев, устаревшие программы для гостей и т. д.

Рассмотрим несколько тенденций развития гостиничного бизнеса для решения этих проблем.

1. Цифровизация и автоматизация. В наши дни цифровизация стала одним из самых удобных способов управления, которая позволяет делать процессы прозрачными и сокращает время на рутинные задачи. Гостиницы активно внедряют цифровые технологии и автоматизируют процессы управления, для того чтобы повысить эффективность работы и улучшить качество обслуживания. Все чаще стали использоваться мобильные приложения для бронирования номеров, онлайн-регистрации, оплаты услуг и получения информации о гостинице.

2. Экологичность и устойчивое развитие. Основной проблемой на сегодняшний день стоит экологичность в гостиницах и отелях. Поскольку гостиницы тратят большое количество энергии, имеют много твердых и пищевых отходов. Так внедряют энергосберегающие технологии, используя экологически чистые материалы, ставят солнечные панели для выработки электроэнергии и снижая потребление воды

3. Развитие медицинского туризма. Одной из популярных тенденцией развития является медицинский туризм, который позволяет совмещать отдых и лечение. Гостиницы активно развивают данную сферу, предлагая услуги по диагностике и реабилитации, а также создают специализированные медицинские центры и клиники на своей территории.

4. Развитие корпоративного туризма. Также сейчас все больше набирает обороты корпоративный туризм. Это решает вопрос с переработкой и усталостью у населения, а также сближает коллектив. Гостиницы предлагают специальные программы и скидки для корпоративных клиентов, организуют различные мероприятия и тимбилдинги, чтобы привлечь бизнес-туристов. Благодаря этим действиям гостиницы получают полное заселение и бронирование на несколько кварталов вперед.

Таким образом, развитие гостиничного бизнеса направлено на увеличение количества гостей путем удовлетворения различных потребностей туристов. Повышает качество обслуживания и создание комфортных условий для проживания, сокращая вредные выбросы в среду.

Список литературы

1. Заднепровская Е. Л., Поддубная Т. Н., Панина Е. А., Джум Т. А. Современные особенности инновационных стратегий развития предприятий гостиничного бизнеса // Новые технологии. 2022.
2. Платонова Т. Е. Российский гостиничный бизнес – состояние, проблемы и перспективы развития в современной экономике // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2023.
3. Грицунова С. В., Кравцунова В. Н. Основные проблемы и перспективы развития гостиничного бизнеса в России // Известия Ростовского государственного экономического университета. 2016.

Kuzhuget Ausha,
Student,

Kazan Innovation University named after V.G. Timiryasov,
Kazan, Russia

MODERN TENDENCIES OF HOTEL BUSINESS DEVELOPMENT

Abstract. In this article we will look at the development trends that shape its dynamics and competitiveness in the context of globalisation and rapidly changing consumer preferences.

Лунева Дарья Игоревна,

студент,

ОБПОУ «Курский государственный техникум технологий и сервиса»,
Курск, Россия

Жмакин Сергей Юрьевич, Митрошенко Анастасия Сергеевна,

преподаватели

ОБПОУ «Курский государственный техникум технологий и сервиса»,
Курск, Россия

ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ ПО КУРСКОМУ КРАЮ

Аннотация. В работе рассматриваются традиционные блюда Курского края. Рассматриваются рецепты блюд Суджанского, Медвенского, Коньшевского, Глушковского, Железнодорожного, Курчатовского, Рыльского, Золотухинского, Поныровского, Беловского, Советского районов. Автором подчеркивается, что в состав определенных блюд вносились вариативные изменения самими уроженцами Курского края. Также выделяется разнообразие и особенности процесса приготовления.

Курский край имеет богатую историю. Отдельной страницей в его истории идут традиционные курские блюда. Практически каждый район области может поделиться своими уникальными рецептами. Такие секреты в деревнях передавали из поколения в поколение, которые сохранены до наших дней. Особенность народных рецептов была в том, что ингредиенты блюда определялись хозяйками на вкус и «на глаз». В нашем исследовании мы приведем примеры таких блюд и рассмотрим их рецепты.

В Суджанском районе известность приобрели так называемые вареники с дырочкой. Начинка была самой разной: картофель, грибы, мясо, лук, творог, вишня, малина и т. д. Мясные вареники смазывались сливочным или топленым маслом, вареники с грибной или картофельной начинкой – смазывались жареным луком, который частично добавлялся в фарш, вареники с фруктовой начинкой включали в свой состав – мед и варенье [3].

Рецепт вареников с дырочкой достался курской земле от казаков. В процессе приготовления, в спешке, казаки частично недолепливали вареник, из-за чего оставалась дырочка. Из-за этого в изделие попадала вода, что придавало вареникам сочность [5].

Медвенский район прославился пирогами с грушами. Груша-дичка по осени собиралась в лесу. Далее она запаривалась, сушилась, расталкивалась, а зимой запекалась в виде начинки пирога. Также гастрономической «визитной карточкой» Медвенского района Курской области является медовая каша из пшенной крупы, внешне напоминающая пирог, сопровождающаяся десертом – молочным киселем и ягодами. Особенность этого киселя заключается в его внешнем виде и употреблении в пищу – он, в отличие от обычного киселя, имеет желеобразный вид, разрезается ножом и употребляется с помощью ложки [6].

Коньшевский район славится ежегодным фестивалем блинов. Блины содержать самую разнообразную начинку: ягоды, мед, творог и т. д. Особого внимания заслуживает блинный пирог в виде подковы с сыром и красной рыбой. Согласно легенде, Илья Муромец, пребывая под городищем Коробкино (ныне село Коробкино Коньшевского района), обнаружил у своего коня отсутствие подковы. Кузнец, изготовивший новую подкову, вместе с Муромцем, не смогли ее согнуть. Тогда жена богатыря предложила ему отведать блинов, чтобы силы к нему вернулись, после чего Илья согнул подкову [4].

В Глушковском районе, в селе Алексеевка, давно заведена традиция – проведение гусиных боев. Местные гусятники селекционируют новые бойцовские породы гусей. После того, как птицы становятся негодными к боям, их умерщвляют для употребления в пищу. Их мясо не имеет жесткости, а также не имеет жира. Запеченный гусь – одно из главных блюд на рождественском столе. Каждая хозяйка имеет свои рецепты по приготовлению этой птицы. В частности, гуся изнутри намазывают медом для мягкости и сочности мяса. При этом гусь должен подаваться на стол целиком [1].

В Железногорском районе большую известность имеет «богатая каша». Такое название неслучайно, так как ее ингредиентами являются лесные орехи, белые грибы, жареные морковь и лук, семена тыквы. Эта каша подавалась на стол в период Орехового спаса. «Богатая каша» подавалась вместе с гороховым киселем. Горох молотся, в получившуюся массу добавляли воду и ставили на огонь. Получившуюся вязкую массу сливали в форму для застывания. Гороховый кисель, также как и медвенский, разрезали ножом и ели ложкой с солью, луком, зеленью [2].

В Курчатовском районе можно полакомиться картофельной дрянью. У каждой хозяйки имелся свой рецепт ее приготовления. Например, она могла выпекаться в маленьких формочках, либо в виде многослойного пирога, а также с украшениями разносолами [8].

Еще одним известным блюдом Курчатовского района является курчатовский пирог. Легендарный советский ученый Игорь Курчатов любил рыбу, а также пироги с рыбной начинкой. Современные курчатовские повара реконструировали это блюдо на современный лад [8].

В усадьбе Марьино князей Барятинских (Рыльский район) был выращен не один десяток барашков и телят из которых, впоследствии получалось одно из почитаемых блюд князя Барятинского – запеченная баранья нога или бараний бок. Это объяснялось тем, что хозяин предпочитал продукты исключительно собственные. В силу добавления специй и маринада мясо получалось сочным и ароматным [7].

В Золотухинском районе популярен «обед по-фетовски». Состав этих блюд стал известен благодаря рецептам Марии Фет, супруги поэта Афанасия Фета. Семья Фетов дружили с семьей Толстых, в связи с чем супруга Афанасия Фета и супруга Льва Толстого делились между собой кулинарными рецептами. Особо стоит сказать о фетовской пастиле – она имела коричневый вид, была рыхлой, имела запах яблок [2].

Тыквенная каша из Поньровского района Гарбузня известна с древних времен. Рецепт блюда передавался из поколения в поколение среди субэтнической группы саянов, проживавшей на территории Курской губернии в XIX в. Сяны употребляли в пищу тыкву каждый день и заготавливали ее на зиму [4].

В Беловском районе жалуется фирменный пирог. Здесь пироги – «визитная карточка» любого праздника. В частности, речь идет о масляном пироге с сахаром [3].

Любимым блюдом известного скульптора, уроженца Курской области Вячеслава Клыкова был «гусь по-советски». Сам скульптор был родом из Советского района, откуда и пошло название блюда [3].

Таким образом, можно отметить, что Курский край уникален по разнообразию традиционных блюд. Вместе с этим, изучая рецепты приготовления, стоит подчеркнуть, что у определенного блюда есть разные варианты приготовления, представляемые уроженцами районов Курской области.

Список литературы

1. ГО Курск: туристический гид [Электронный ресурс]. URL: <https://gokursk.ru> (дата обращения: 07.11.2024).
2. В гастрономическую карту Курского края вошли восемь новых блюд [Электронный ресурс]. URL: <https://welcomekursk.ru/overviews/98/v-gastronomicheskuyu-kartu-solovinogokraya-voshli-vosem-novykh-blyud> (дата обращения: 07.11.2024).
3. Гастрономическая карта Курской области [Электронный ресурс]. URL: <https://lera-tour.ru/cat.10219.it.10911.html> (дата обращения: 07.11.2024).
4. Гастрономическая карта Курской области победила в конкурсе «Моя страна - моя Россия» [Электронный ресурс]. URL: <https://gtrkkursk.ru/news/6867-gastronomicheskaya-karta-kurskoy-oblasti-pobedila-konkurse-moya-strana-moya-rossiya> (дата обращения: 07.11.2024).
5. Гастрономическая карта соловьиного края [Электронный ресурс]. URL: <https://ikur46.ru/themplane/gastronomicheskaya-karta-solovinogo-kraya> (дата обращения: 07.11.2024).

6. Гастрономическая карта Соловьиного края. Кулинарные предпочтения знаменитых курян 2021 -2022» [Электронный ресурс]. URL: <https://kfts.kursksu.ru/gastronomicheskaya-karta-solovinogo-kрая-kulinarnye-predpochteniya-znamenityh-kuryan-2021-2022> (дата обращения: 07.11.2024).

7. Город Рыльск [Электронный ресурс]. URL: <https://old.mccme.ru/putevod/46/Ryl'sk/ryl'sk.html> (дата обращения: 07.11.2024).

8. Курчатov – город молодой и перспективный! [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vrn.kp.ru/daily/25754/2740408> (дата обращения: 07.11.2024).

Luneva Darya Igorevna,
student,
Kursk State College of Technology and Service,
Kursk, Russia
Sergey Yuryevich Zhmakín, Anastasia Sergeevna Mitroshenko,
Professors,
Kursk State College of Technology and Service,
Kursk, Russia

GASTRONOMIC TRIP TO THE KURSK REGION

Abstract. The paper examines the traditional dishes of the Kursk region. The recipes of dishes of Sudzhansky, Medvensky, Konyshesky, Glushkovsky, Zheleznogorsk, Kurchatov, Rylsky, Zolotukhinsky, Ponyrovsky, Belovsky, Sovetsky districts are considered. The author emphasizes that the composition of certain dishes was variably modified by the natives of the Kursk Region themselves. The variety and peculiarities of the cooking process are also highlighted.

References

1. GO Kursk: turisticheskij gid [Elektronnyj resurs]. URL: <https://gokursk.ru> (Date of application: 07.11.2024).

2. V gastronomicheskuyu kartu Kurskogo kraja voshli vosem' novyh blyud [Elektronnyj resurs]. URL: <https://welcomekursk.ru/overviews/98/v-gastronomicheskuyu-kartu-solovinogo-kрая-voshli-vosem-novykh-blyud> (Date of application: 07.11.2024).

3. Gastronomicheskaya karta Kurskoj oblasti [Elektronnyj resurs]. URL: <https://lera-tour.ru/cat.10219.it.10911.html> (Date of application: 07.11.2024).

4. Gastronomicheskaya karta Kurskoj oblasti pobedila v konkurse «Moya strana - moya Rossiya» [Elektronnyj resurs]. URL: <https://gtrkkursk.ru/news/6867-gastronomicheskaya-karta-kurskoj-oblasti-pobedila-konkurse-moya-strana-moya-rossiya> (Date of application: 07.11.2024).

5. Gastronomicheskaya karta solov'inogo kraja [Elektronnyj resurs]. URL: <https://ikur46.ru/themplane/gastronomicheskaya-karta-solovinogo-kрая/> (Date of application: 07.11.2024).

6. Gastronomicheskaya karta Solov'inogo kraja. Kulinarne predpochteniya znamenityh kuryan 2021 -2022» [Elektronnyj resurs]. URL: <https://kfts.kursksu.ru/gastronomicheskaya-karta-solovinogo-kрая-kulinarnye-predpochteniya-znamenityh-kuryan-2021-2022/> (Date of application: 07.11.2024).

7. Gorod Ryl'sk [Elektronnyj resurs]. URL: <https://old.mccme.ru/putevod/46/Ryl'sk/ryl'sk.html> (Date of application: 07.11.2024).

8. Kurchatov – gorod molodoj i perspektivnyj! [Elektronnyj resurs]. URL: <https://www.vrn.kp.ru/daily/25754/2740408/> (Date of application: 07.11.2024).

Нурмухаметова Виктория Васильевна,

к. ф. н., доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ТУРИЗМ ЭПОХИ ПОСТМОДЕРНА КАК ОБЪЕКТ АНАЛИЗА В ТРУДАХ З. БАУМАНА

Аннотация. В статье анализируется феномен туризма в постмодернистской социологической концепции социолога Зигмунта Баумана. Рассматриваются признаки жизненной стратегии туриста и различия между представителями новой социальной иерархии «верхов» и «низов» как путешествующими субъектами. Конкретизируются характеристики туристических практик современного человека.

Ключевые слова: глобализация, свобода, идентичность, постмодерн, туризм, паломничество

Зигмунт Бауман (1925–2017) является польско-британским социологом, изучавшим тенденции развития современного общества. Основопологающей мыслью постмодернистской социологической концепции социолога стало утверждение перехода современности («модернити») к постсовременности («постмодернити»). Примечательным является язык, к которому прибегал З. Бауман. Он изобилует множеством метафор, которые делают тексты произведений образными и выразительными, благодаря чему у читателя создаются образы и ассоциации различных социологических и философских категорий, при помощи которых автор излагает свою концепцию постмодерна. К числу наиболее известных и цитируемых произведений З. Баумана относятся «Глобализация. Последствия для человека и общества», «Свобода», «Индивидуализированное общество», «Текущая современность».

Целью статьи является описание феномена туризма эпохи постмодернизма в трудах З. Баумана. Актуальность статьи вызвана необходимостью целостного осмысления феномена туризма и туристской деятельности в философских и социологических аспектах. Подход З. Баумана позволяет по-новому взглянуть на современное общество, поиск идентичности и жизненные стратегии людей. Научная новизна заключается в рассмотрении туризма как жизненной стратегии человека, имеющей специфику в современном обществе, посредством анализа трудов З. Баумана.

З. Бауман анализирует феномен туризма в эпоху постмодерна достаточно оригинально, но в то же время прибегая к философским категориям времени и пространства, идентичности и свободы. Исследование природы туризма в современную эпоху строится сквозь призму концепта глобализации. Подход З. Баумана к определению сущности туризма строится на метафорах жизненных стратегий человека, в основе которых лежит проблема идентичности и ее решение в эпохи модерна и постмодерна.

Мир эпохи модерна мыслится автором как прочный, упорядоченный, предсказуемый, надежный, детерминированный. В условиях такого мира идентичность как индивидуальная задача каждого человека создается, выстраивается и фиксируется надолго. На человека была возложена обязанность самому сконструировать свою идентичность, что, в свою очередь, породило великое множество различных жизненных стратегий, распространяемых учителями, гуру, наставниками, консультантами и личными тренерами. Их популярность и востребованность росла пропорционально усугублению проблемы поиска идентичности. Метафора паломника, с точки зрения З. Баумана, несмотря на то, что фигура странствующего паломника известна с древности, как можно более точно отражает жизненные стратегии модерна. При этом паломник модерна растерял свои признаки святости, геройства, мудрости, поиска истины. Теперь паломничество мыслится как дорога, магистраль, ведущие к смыслу, идентичности.

Социолог применяет по отношению к современному миру метафору тягучести: жидкости, с которым проводится аналогия З. Бауманом, «не фиксируют пространство и не связывают время» [1. С. 8]. Мир эпохи постмодерна изменился. Он стал хрупким, непредсказуемым, пластичным, фрагментарным, расколотым. Это привело к изменению формата жизненных стратегий человека. «Проблема постмодерна прежде всего в том, как избежать фиксации и сохранить свободу выбора» [2. С. 133] пишет З. Бауман. Девизами жизни становятся слова: «Жизнь одна!», «Живем один раз!», «Надо жить здесь и сейчас!», «Жить в моменте!». Глубокие изменения основ мира в значительной степени повлияли на феномен туризма и сделали его таким, каким мы его видим сейчас: короткие путешествия, наполненные яркими и незабываемыми впечатлениями и эмоциями, желательно несколько раз в год, в самые разные удивительные и экзотические места. Социолог к числу признаков жизненной стратегии туристов относит:

- турист пребывает в постоянном движении, но это движение не вынужденное, а добровольное, систематически планируемое, так как у него имеется цель для движения. Новые земли и страны его заманивают и прельщают своей новизной и экзотикой, он жаждет на короткое время заменить рутину и повседневность на новые переживания. Важность нового переживания в том, что оно должно закончиться, оставив после себя послевкусие, отраженное в воспоминаниях, фотографиях, видеороликах, сувенирах;

- турист имеет дом, в который всегда возвращается из коротких и ярких путешествий. Удовольствие от туристической поездки тем и слаще, что есть, куда возвращаться уставшим от прогулок, но воодушевленным, обновленным в тягучую повседневность, чтобы снова и снова планировать все новые и новые путешествия. Дом для туриста – укрытое от всех место, уютное гнездышко, где можно отдохнуть и сбросить тяготы рутины, где можно вновь пережить эмоции от путешествия и задумать новое;

- туризм способен стать образом жизни человека, когда путешествия затягивают, и количество времени, проведенного в поездке, становится от года к году все больше, когда «туристские вылазки начинают потреблять все больше жизненного времени, как сама жизнь превращается в одну сплошную туристскую эскападу» [2. С. 142–143];

- мир мыслится как набор достопримечательностей, необходимых к посещению, а задача туриста – увидеть как можно больше новых мест, испытать как можно больше ярких впечатлений, проживать повседневность как послевкусие от поездок и предвкушение от планируемого нового путешествия.

Тема туризма З. Бауманом также глубоко затронута в труде «Глобализация. Последствия для человека и общества». Социолог пишет о «рестратификации в мировом масштабе, в ходе которого формируется новая социокультурная иерархия, всемирная общественная лестница» [3. С. 101]. Анализируя поляризацию новой социальной структуры, З. Бауман выделяет в ней два мира: «верхи» и «низы», а в контексте туристического дискурса «туристы» и «бродяги», имеющие разные траектории передвижения в мире и преодоления пространственных барьеров. В отношении представителей «верхов» социолог применяет термин «глобтроттеров» – людей, много путешествующих по свету. «Критерием, в соответствии с которым общество потребления делится на «верхи» и «низы», является степень мобильности – свобода выбора местонахождения» [3. С. 123], определяет З. Бауман. «Свобода сама есть социальный факт, социально произведенный и социально наделяемые теми смыслами, какие ей случается иметь в конкретном времени и месте» [4. С. 44], тем самым это социальный феномен, реализуемый в конкретном обществе, согласно З. Бауману.

Социолог анализирует различия между представителями «верхов» и «низов» как путешествующими субъектами:

- если представители «верхов» легко могут уехать от представителей «низов», то вторые не могут этого сделать, поскольку чаще всего не могут себе позволить финансово переезд в лучшее место не только в мире, но даже и в пределах города;

Следовательно, первые могут в любой момент прервать поездку, сменить локацию, вторые же часто не выбирают место прибытия и не имеют возможности уехать в более благополучные районы;

– время для «низов» течет прямо пропорционально: у «верхов» его постоянно не хватает, вторые страдают от избыточности времени, которое нечем заполнить.

Также автор в связи с появлением Интернета обозначил альтернативный традиционному способу путешествий, основанному на временных и финансовых затратах в преодолении физического пространства, вид туризма – виртуальные путешествия. Такие путешествия возможны, не выходя из дома, посредством «порхания» по Интернету, связываясь с людьми с разных концов света, просматривая веб-сайты с различной информацией, сидя в кресле, переключая каналы телевидения, с невиданной скоростью проникая в разные уголки планеты. Такой способ путешествия доступен многим представителям обоих миров при наличии технических возможностей.

Другой тезис, выдвигаемый З. Бауманом, строится на признании современного общества обществом потребления, в котором каждый продукт жизнеспособен и востребован, став победителем в жесткой конкурентной борьбе. Туристический продукт не исключение. Туристы – потребители, жаждущие новых впечатлений и эмоций, «коллекционеры ощущений», как называет их социолог.

Таким образом, подход З. Баумана к феномену туризма в современном обществе позволяет взглянуть на туристические практики как одну из жизненных стратегий человека, обусловленную тенденциями глобализации и индивидуализации, а также глобальной перестройкой социальной структуры и местом, которое занимает в ней человек. Непосредственными характеристиками туристических практик современного человека являются их кратковременность, нацеленность на получение свежих ощущений и переживаний, поиск новых направлений для путешествий ради избегания фиксации на чем-либо, обязательств, ради ощущения свободы.

Список литературы

1. Бауман, З. Текучая современность / З. Бауман. – СПб.: Питер, 2008. – 240 с.
2. Бауман, З. От паломника к туристу / З. Бауман // Социологический журнал. – 1995. – № 4. – С. 133–154.
3. Бауман, З. Глобализация. Последствия для человека и общества / З. Бауман. – М.: Издательство «Весь мир», 2004. – 188 с.
4. Бауман, З. Свобода / З. Бауман. – М.: Новое издательство, 2006. – 132 с.

Nurmukhametova Victoria Vasilyevna,

Ph.D., Associate Professor

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov (IEML),
Kazan, Russia

POSTMODERN TOURISM AS AN OBJECT OF ANALYSIS IN THE WORKS OF Z. BAUMAN

Abstract. The article analyzes the phenomenon of tourism in the postmodern sociological concept of sociologist Zygmunt Bauman. Tourism is defined as one of the life strategies of a person as an eternal wanderer seeking his identity in the globalized and individualized world of consumer society built on a new social hierarchy. The signs of a tourist's life strategy and the differences between representatives of the new social hierarchy of the "upper" and "lower" as traveling subjects are considered. The characteristics of modern man's tourism practices are specified.

Keywords: globalization, freedom, identity, postmodernism, tourism, pilgrimage

References

1. Bauman, Z. Tekuchaya sovremennost' / Z. Bauman. – SPb.: Piter, 2008. – 240 s.
2. Bauman, Z. Ot palomnika k turistu / Z. Bauman // Sociologicheskij zhurnal. – 1995. – № 4. – S. 133–154.
3. Bauman, Z. Globalizaciya. Posledstviya dlya cheloveka i obshchestva / Z. Bauman. – M.: Izdatel'stvo «Ves' mir», 2004. – 188 s.
4. Bauman, Z. Svoboda / Z. Bauman. – M.: Novoe izdatel'stvo, 2006. – 132 s.

Рагимова Арина Сергеевна,
студент,

Гришина Наталья Валерьевна,
доцент кафедры маркетинг-менеджмента,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

АВТОМАТ ПО ВЫЗОВУ ТАКСИ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ПОВЫШЕНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ

Аннотация. В современном быстроразвивающемся мире потребность в оперативном доступе к различным услугам и информации постоянно растет. Предлагаемое нами устройство выступает в качестве актуального и удобного решения для жителей и туристов, предоставляя быстрый и простой доступ к необходимым сервисам в разных ситуациях. Автомат по вызову такси имеет аналоги, но является инновационной идеей из-за увеличения функционала и доступности для разных категорий граждан. Цель данной работы заключается в разработке и создании автомата, который будет предоставлять комплексный набор функций, отвечающих потребностям различных категорий пользователей. Результаты работы свидетельствуют о том, что устройство может значительно улучшить качество жизни и удобство передвижения как для жителей города, так и для туристов.

Согласно материалам «inkazan.ru» [2], по мнению жителей города, главная проблема Казани – это дороги, повышенный трафик и сфера общественного транспорта. Также, автор статьи ссылается на слова Шарапова о том, что показательным является рекорд по количеству туристов в прошедшем 2023 году, хотя для жителей города этот факт является и отрицательным, ведь они нуждаются в комфортной жизни с доступной средой. На основе этих фактов мы можем строить предположения о необходимости нашего многофункционального автомата. К сожалению, на проведение собственного опроса о надобности проекта нет необходимых ресурсов, но такие опросы можно проводить в социальных сетях, например, группах о новостях Казани или на официальных сайтах госструктур.

Многофункциональный автомат сможет:

1. Обеспечить комфорт для горожан в различных жизненных ситуациях.
2. Жители города могут обратиться за помощью автомата в любой момент.
3. Помимо экстренных ситуаций, в современном мире люди часто сталкиваются с проблемой «разряженного устройства».
4. Он так же будет полезен туристам, не вовлеченных в соцсети и новости города. Туристам будет удобен автомат, в котором можно узнать все необходимое, чтобы не искать информацию самостоятельно, что может испортить общее впечатление о путешествии.
5. Такой аппарат будет полезен и потерявшимся детям, которые могут обратиться в органы за помощью, и людям с ограниченными возможностями здоровья, которые могут обратиться за помощью к профессионалам по нажатию одной кнопки или с помощью голосового помощника и функции восприятия голоса.

Большим плюсом автомата является его удобство и доступность. Воспользоваться им можно будет абсолютно в любое время, а его интерфейс должен быть простым и понятным даже неопытному пользователю. Процесс заказа такси или использование других функций аппарата должно осуществляться за минимальное количество действий. В тексте меню только конкретика, никакого лишнего текста, также можно автоматически устанавливать точку отправления во время вызова такси от места установки аппарата, в картах показывать расписание и маршрут общественного транспорта сразу на ближайшей остановке. Людям не нужно давать лишней информации, в современном мире скорость получения информации часто влияет на общий настрой потребителя к продукту. В разделе мероприятий показывать только актуальные сообщения, события, которые уже прошли, будут неинтересны пользователю. Важна и точность предоставляемой информации, особенно это касается расписания, времени подачи

и ожидания такси, трафика на дорогах. Знания о расписании, маршруте и мероприятиях особенно полезны для туристов, а такой удобный способ знакомства с городом привлечет больше гостей, что принесет прибыль и пойдет только на пользу.

Многофункциональные автоматы позволят повысить имидж города и создать новые рабочие места. Персонал потребуется не только для установки и проверки автоматов, айти специалистов, но и как круглосуточная поддержка потребителей. Это поможет снизить уровень безработицы. Наличие таких автоматов может повлиять на снижение загруженности call-центров такси перенаправляя их через автомат.

К сожалению, подобные объекты часто становятся жертвами вандализма, который тяжело полностью исключить, но бороться с ним возможно. Установка камер и систем сигнализации поможет снизить риск вандализма и даже сможет повлиять на снижения уровня преступности в районе установки автомата. Подобную проблему также можно решить расположением. Город в начале развития проекта не нуждается в большом количестве данных многофункциональных автоматов, их лучше установить в точках большого скопления людей, например: вокзалы (Казань-1, Казань-2), аэропорт, Казанский Кремль, театр Камала, крупные ТЦ (Кольцо, KazanMall), туристическая улица Баумана, Дворец Земледельцев, около станций метро, гостиниц и так далее. Причины выбора этих мест: высокая проходимость и удобное расположение. Начинать лучше именно с вокзалов и аэропортов, где люди перед/после долгой дороги не хотят мучиться с вызовом такси и будут приятно удивлены простому решению проблемы. Подобные места хорошо охраняемы, это позволит снизить риск вандализма и подарит пользователю ощущение дополнительной безопасности без переживания за багаж.

Для вызова такси будет необходим партнер, при наличии значительного количества агрегаторов, будет неразумно создавать специализированный таксопарк под услуги автомата, но поддерживать лишь одну компанию неправильно с точки зрения монополизации рынка, поэтому необходимо организовать тендер, победитель которого будет предоставлять услуги такси для пользователей автомата. Это поможет снизить затраты города и поддержать бизнес. Для компаний, подобное сотрудничество с государством так же пойдет на пользу, но тендер необходимо проводить не реже чем раз в три года, чтобы не создавать монополию одной компании в сфере. Реализация концепции автомата для вызова такси является технически осуществимой и потребует небольших инвестиций. Инвестиции могут быть быстро окуплены за счет экономии на эксплуатационных расходах и повышения удовлетворенности клиентов.

В заключении хочется отметить, что внедрение в Казани автоматов для вызова такси и предоставления информации – перспективный проект, способный значительно улучшить комфорт жизни горожан и туристическую привлекательность города.

Список литературы

1. Актуальные проблемы города Казань [Электронный ресурс]. URL: <https://entermedia.io/news/kazantsy-nazvali-aktualnye-problemy-goroda>
2. Акмурзина Ю. Как живет город Казань [Электронный ресурс]. URL: <https://inkazan.ru/news/2023-08-31>
3. Как установить терминал заказа такси в ТЦ / гостинице? [Электронный ресурс]. URL: <https://dzen.ru/a/XWzTyYCHnQCtPMfp>
4. ККС, Киоски самообслуживания [Электронный ресурс]. URL: https://ccrs.ru/solutions/kiosk_samoobslyujivania
5. Мюллер-Брокманн Й. Модульные системы в графическом дизайне. Пособие для графиков, типографов и оформителей выставок / Й. МюллерБрокманн. – М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2014. – 184 с.
6. НИТ, Инфокиоск: стоимость [Электронный ресурс]. URL: <https://newitsoft.ru/page/products/ekiosk-price>
7. Леонов С. Сенсорные датчики [Электронный ресурс]. URL: <http://ki-osksoft.ru/news/2006/07/15/1394.html>

8. Стульников, Я. П. Сенсорные экраны: эволюция и направления развития / Я. П. Стульников, Е. В. Капаева. – Текст: непосредственный // Юный ученый. – 2022. – № 3(55). – С. 60-65.

9. Емельянов Е. Типы сенсорных экранов [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ferra.ru/online/integral/92464>

10. Туэмлоу Э. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Э. Туэмлоу. – Москва: АСТ: Астрель, 2014. – 256 с.

Ragimova Arina Sergeevna,

Student,

Grishina Natalya Valerievna,

Associate Professor of the marketing management department,
Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEML),
Kazan, Russia

TAXI CALL MACHINE AS ONE OF THE TOOLS FOR INCREASING THE ATTRACTIVENESS OF A TERRITORY

Abstract. In today's rapidly developing world, the need for prompt access to various services and information is constantly growing. Our proposed device acts as an up-to-date and convenient solution for residents and tourists, providing quick and easy access to the necessary services in different situations. The taxi-calling machine has analogues, but it is an innovative idea due to the increase in functionality and availability for various categories of citizens. The purpose of this work is to develop and create a machine that will provide a comprehensive set of functions that meet the needs of different categories of users. The results of the work show that the device can significantly improve the quality of life and convenience of movement for both city residents and tourists. We conclude that the project requires careful financial planning and risk assessment, but the potential benefits of increasing the comfort and safety of city life, as well as improving the tourism attractiveness of Kazan, make it very promising.

Keywords: Machine, taxi, maps, schedule, events, safety, comfort, convenience, ease, city, tourism, multifunctionality

References

1. Urgent problems of the city of Kazan [Electronic resource] <https://entermedia.io/news/kazantsy-nazvali-aktualnye-problemy-goroda/>
2. How the city of Kazan lives [Electronic resource] <https://inkazan.ru/news/2023-08-31/> by: Julia Akmurzina
3. How to install a taxi order terminal in a shopping center/hotel? [Electronic resource] <https://dzen.ru/a/XWzTyYCHnQCtPMfp>
4. KKS, self-service kiosks [Electronic resource] https://ccrs.ru/solutions/kiosk_samoobslujivania/
5. Müller-Brockmann Y. Modular systems in graphic design. A guide for graphic designers, typographers and exhibition designers / Y. MüllerBrockmann. - M.: Artemy Lebedev Studio, 2014. - 184 p.
6. NIT, Info kiosk: cost [Electronic resource] <https://newit-soft.ru/page/products/ekiosk-price>
7. Touch sensors [Electronic resource] <http://kiosksoft.ru/news/2006/07/15/1394.html> by: Sergey Leonov
8. Stulnikov, Ya. P. Touch screens: evolution and directions of development / Ya. P. Stulnikov, E. V. Kapayeva. - Text: direct // Young scientist. – 2022. – No. 3 (55). – P. 60–65.
9. Types of touch screens [Electronic resource] <http://www.ferra.ru/online/integral/92464/> by: Egor Emelyanov
10. Tumlow E. Graphic design. Corporate identity, latest technologies and creative ideas / E. Tumlow. – Moscow: AST: Astrel, 2014. 256 p.

Рогалева Надежда Леонидовна,

к. э. н., доцент,

Камчатский филиал Российского университета кооперации,
Петропавловск-Камчатский, Россия,

Фрумак Инна Владимировна,

к. и. н., доцент,

Камчатский государственный технический университет,
Петропавловск-Камчатский, Россия

ИНДИГЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК НАПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КАМЧАТСКОГО КРАЯ

Аннотация. В Камчатском крае проживает восемь представителей коренных малочисленных народов Севера, некоторые из них живут только на территории Камчатки, что объясняет значимость индигенного туризма для устойчивого развития территории. Индигенный туризм является одним из самых перспективных направлений для развития туризма в Камчатском крае.

Индигенный туризм, как форма этнического туризма предполагает собой, что коренные малочисленные народы сами являются ключевыми участниками в создании и развитии туристических услуг с целью социальной и экономической поддержки, что будет способствовать улучшению и укреплению самоидентификации. Местные народы смогут сами принимать участие в разработке программ и проектов, где, к примеру, будет включена маршрутная карта с национальными событиями, а также демонстрация своих традиций в виде обрядов, танцев или традиционной кухни.

Статья обращает внимание на развитие устойчивого туризма, который будет учитывать потребности населения и региона, экологические факторы и социокультурные ценности общества. Это способствует балансу туристического потока с природными ресурсами на территории. Также поддержка местных сообществ позволяет развить инфраструктуру и обеспечить экономическую функцию управления. Повышение взаимопонимания и толерантности между культурами, разрушение стереотипов и убеждений в отношении коренных жителей и туристов.

Важно отметить, что такие факторы, как уважение культурного наследия коренных малочисленных народов Севера Камчатского края, вовлечение местного населения и туристов в сохранение устойчивой экологической среды и обеспечение экономической безопасности направлены на взаимовыгодные отношения между туристами и населением [1].

Полуостров Камчатки в наши дни населен несколькими народностями, которые жили здесь до прихода первых русских людей. К этим народностям относятся коряки, проживающие в северной и центральной частях полуострова, ительмены в пределах Тигильского района, эвены, которые расселены группами в районах Быстрицкого, Пенжинского и Олюторского, алеуты в основном, жившие на острове Беринга и чукчи, проживающие на севере Камчатского края в Пенжинском и Олюторских районах. Все эти этносы отличаются своей культурой, традициями и обычаями в ремесле, имеют свои торжественные праздники в честь особых событий, а также свое вероисповедание (рис. 1).

Этнические праздники за многие года набрали большую популярность среди местного населения полуострова и туристов. Каждое мероприятие, к примеру, у коряков или алеутов имеет свое значение, но иногда бывают и общие масштабные события. На эти праздники стекаются множество людей, даже те, кто не причастен к мероприятию, в такие дни коренные жители показывают свои традиции и обряды, к примеру, День первой рыбы празднуется в июне, когда рыба должна заходить в северные реки. Для многих народов – это важный праздник, потому что в этот день предки проводили обряд на реках для привлечения рыбы. Сейчас до сих пор проводится эти обряды, этносы показывают туристам и жителям свои наряды, наци-

ональные танцы и кухню, что очень привлекает зрителей. Весной проводится один масштабных мероприятий – это Берингия. В этот период в Камчатский край прилетают множество людей не только с России, но и с других стран с целью участия, либо для получения новых эмоций и возможности увидеть данное событие. Поэтому национальные праздники – основа для разработки событийных этнотуров [3].

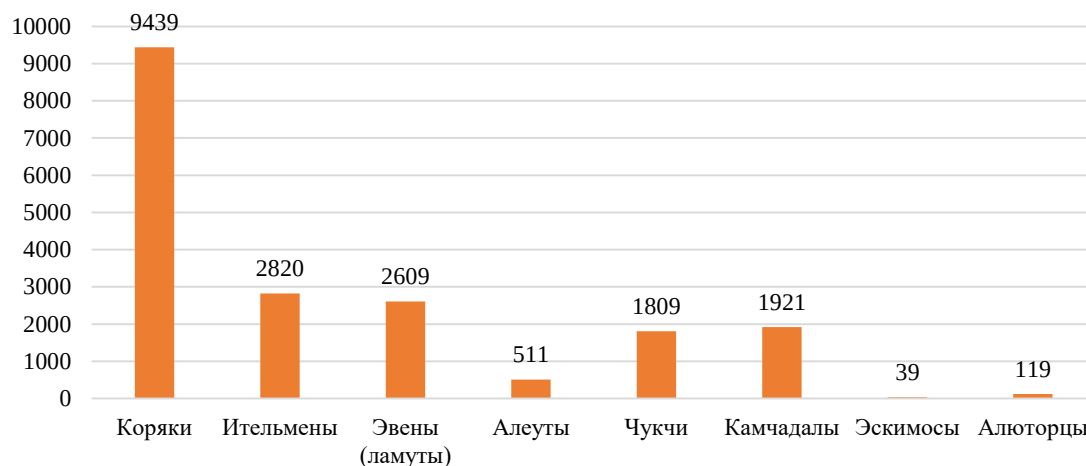


Рис. 1. Размещение населения коренных малочисленных народов Севера Камчатского края, на 2020 год, человек

История освоения и развития этнотуризма в Камчатском крае уходит далеко в прошлое во времена первых экспедиций и знакомства русских людей с коренным жителями, а также заселения на полуостров. Первый русский академик – географ, путешественник и участник Второй Камчатской экспедиции Степан Крашенинников, пребывая четыре года на полуострове, описал красоты и местных людей в своей работе «Описание земли Камчатки». После нескольких других экспедиций властям Российской империи стала понятна значимость освоения и развития Камчатского края. На Камчатке стали добывать полезные ископаемые, ввели добычу пушнины. С 1812 года Петропавловская гавань была объявлена центром, а с 1822 года получила статус города. В последующем с 1855 года о полуострове забыли, и город вместе с новыми отстроенными местами стал увядать, превращаясь в прежний вид, лишь русско-японская война показала свою важность сохранения территории полуострова. После гражданской войны 1917 года на Камчатку были выделены средства на ее развитие, с этого момента полуостров стал стремительно развиваться в промышленности, а после Великой Отечественной войны приток людей разных национальностей, в особенности русских, увеличился в несколько раз. Интерес приезжих был заключен на двух факторов – поиск рабочих мест и отдых [3].

С конца XX началось активное развитие этнического туризма. Туристов приглашали на экскурсии к поселениям к коренным жителям. Стали организовывать мастер – классы по ремеслу, национальным танцам и горловому пению, открытое посещение праздников и открытые музеи.

Приток туристов в Камчатский край с каждым годом увеличивается, не смотря на текущую геополитическую ситуацию и ограничения. На Камчатку приезжают не только граждане России, но и иностранные туристы. Также одним из популярных видов туризма среди иностранцев является исследование в области северных народов. С помощью увеличения количества туристов в крае стала развиваться и улучшаться инфраструктура, открылись новые кемпинги, туристические центры и транспортная доступность к достопримечательностям. В настоящее время отдых в Камчатском крае является один из уникальных и необычных мест для туризма и в России, и за рубежом [4].

Государственные власти Камчатского края активно поддерживают и помогают развиваться туризму. Постановление Правительства Камчатского края от 15.03.2018 года № 63-П «О мерах по развитию этнокультурного туризма на Камчатке» гласит о конкретных мерах и процедурах по укреплению этнотуризма, определяет основные направления и маршруты.

Также на Камчатке действует субсидированная программа для улучшения туризма. Городская администрация совместно с Министерством туризма Камчатского края в текущем году планирует продолжить эту систему работы для развития инфраструктурного пространства для малого и среднего предпринимательства в туризме, включая этнотуризм [5].

В настоящее время действует проект, направленный на предоставление субсидий из краевого бюджета на популяцию культуры коренных малочисленных народов. Презентация проекта будет проведена в рамках Межрегионального фестиваля творчества коренных жителей Севера, Сибири и Дальнего Востока «Золотые родники» в сентябре 2024 года. Целью будет, являться вовлечение молодежи, развитие и популяризация культуры коренных народов. Основная задача данного проекта – создание контента этнокарты «Камчатка разными народами обитаема» [6].

Исследование ассортимента в туристических компаниях и определили, что только треть туроператоров предоставляют этнические услуги, то есть на рынке туристических услуг Камчатского края необходимо расширять туристические программы и туры за счет индигенного туризма. Также отметим, что туристические компании не расширяют ассортимент этнических туристических услуг и/или не имеют их в предлагаемом ассортименте, что отрицательно как для самой компании, угроза недополучения прибыли, так и для туристов.

В заключение отметим, что развитие индигенного туризма в Камчатском крае должно являться одним из стратегических ориентиров устойчивого развития территории, что будет способствовать развитию сферы туризма и гостеприимства в Камчатском крае, сохранению уникальной этнической идентичности аборигенов с многовековой историей, а также становлению малого и среднего бизнеса с увеличением занятости коренных малочисленных народов Севера Камчатки.

Список литературы

1. Чайкина, Е. В. Индигенный туризм в актуальной исследовательской повестке: основные проблемы и дискурсы / Е. В. Чайкина // Вестник Удмуртского университета. Серия Биология. Науки о Земле. – 2023. – Т. 33, № 4. – С. 501–517.
2. Гильфанова, В. И. Интегрирование индигенного туризма в экологоэкономическую систему ООПТ: предпосылки, реализация (на примере национального парка «Кодар») / В. И. Гильфанова, А. Т. Соловова // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – Т. 13, № 3(85). – С. 101–114.
3. Дегтяренко, К. А. Экологический и этнический туризм - новые виды традиционной экономики коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока / К. А. Дегтяренко, М. А. Колесник, А. А. Ситникова // Северные Архивы и Экспедиции. – 2023. – Т. 7, № 3. – С. 123–134.
4. Рогалева, Н. Л. Оценка состояния туристского продукта в Камчатском крае / Н. Л. Рогалева // Инновации и инвестиции. – 2019. – № 2. – С. 283–289.
5. Рогалева, Н. Л. 3.5. Основные мероприятия, способствующие развитию бренда Камчатского края и туристического потенциала в целом / Н. Л. Рогалева // Экономика Камчатки. Прошлое, настоящее, будущее : Коллективная монография / Под общей редакцией Д.А. Коростелева. – Петропавловск-Камчатский : Издательство «Новая книга», 2020. – С. 169–185.
6. Проценко, Т. Г. современные тренды и перспективы развития туризма в Камчатском крае / Т. Г. Проценко, Н. Л. Рогалева, Л. Е. Веняминова // Экономика, менеджмент, сервис: современные проблемы и перспективы : Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции, Омск, 14–15 ноября 2022 года / Редколлегия: Е.В. Яковлева (отв. ред.) [и др.]. – Омск: Омский государственный технический университет, 2022. – С. 450–453.

Nadezhda Leonidovna Rogaleva,
Ph.D, Associate Professor,
Kamchatka Branch of the Russian University of Cooperation,
Petropavlovsk-Kamchatsky, Russia,
Inna Vladimirovna Frumak,
Ph.D., Associate Professor,
Kamchatka State Technical University
Petropavlovsk-Kamchatsky, Russia

INDIGENOUS TOURISM AS A DIRECTION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE KAMCHATKA TERRITORY

Annotation. The Kamchatka Territory is home to eight representatives of the indigenous small-numbered peoples of the North, some of them live only on the territory of Kamchatka, which explains the importance of indigenous tourism for the sustainable development of the territory. Endogenous tourism is one of the most promising areas for tourism development in the Kamchatka Territory.

УДК 338.48

Соколов Егор Николаевич,
студент,
Соколова Елизавета Николаевна,
студент,
Гришина Наталья Валерьевна,
доцент кафедры маркетинг-менеджмента
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова
Казань, Россия

РАЗВИТИЕ УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА В РЕАЛИЯХ БОРЬБЫ ЗА ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПОТОКИ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА КАЗАНЬ)

Аннотация. В настоящее время одним из важных элементов развития многих сфер жизни муниципальных образований является улучшение устойчивого туризма и маркетинговых стратегий. В статье освещена тема корреляции между развитием городской территории с последующим положительным функционированием туристической территориальной инфраструктуры. Город Казань взят как пример успешной реализации продвижения туристического маршрута. Предложен вариант совершенствования туристической инфраструктуры и городского пространства для привлечения большего числа туристов.

В условиях растущей конкуренции между городами за туристические потоки и ресурсы для создания устойчивой городской среды, само устойчивое развитие городов и туристической индустрии стали неотъемлемыми инструментами в маркетинговой борьбе за сердца и умы гостей и населения. Современный туризм играет ключевую роль в экономическом развитии городов, способствуя увеличению ВВП, уровня занятости и развитию инфраструктуры. Однако в условиях все более усиливающейся конкуренции, города вынуждены постоянно совершенствовать свои маркетинговые стратегии для привлечения туристов. В связи с этим развитие устойчивого туризма становится одним из важнейших аспектов развития городов.

Устойчивое развитие туристической индустрии является деятельностью по созданию и совершенствованию объектов туризма, которые удовлетворяют требования и потребности различных групп населения и туристов, а также будущих поколений. Объекты туризма при проектировании в соответствии с принципами устойчивого развития городской среды и туристической деятельности должны отражать рациональность проектирования и использования

доступных ресурсов, функциональность при использовании, высокое качество, доступность для всех, в том числе инклюзивность, конкурентоспособность и другие принципы.

В условиях конкурентной среды в сфере туризма и гостеприимства многие города обязаны создавать новые маркетинговые. Для большего удовлетворения потребительских потребностей туризм города должен отвечать таким факторам как:

1. Устойчивое экономическое и социальное развитие.
2. Устойчивое градостроительное развитие [1].

Вышеперечисленные факторы позволяют городу оставаться притягательным для туристических потоков различных потребителей.

Успешная борьба за туристов, а также население городов требует не только самого его развития, но и комплексного маркетингового подхода в продвижении.

Ключевыми инструментами в борьбе за внимание к территории могут являться:

- Маркетинг территории, при котором разрабатывается и продвигается уникальный и современный имидж города и ценности, взгляды, цель муниципального образования в долгосрочном обозримом будущем.

- Анализ и структурирование, индивидуальный подход к различным целевым аудиториям потребителей городской среды.

- Создание, продвижение, совершенствование и использование различных медийных платформ для привлечения туристических потоков.

- Создание синергии и устойчивых взаимоотношений между органами местного уровня власти, государственными, муниципальными и частными организациями, предприятиями и бизнесом города и его соседей.

- Брендинг территории [2].

- Продвижение уникальной среды (городской, природной, культурной, архитектурной и так далее) и продукции, которую может предложить город и так далее.

Это только малая часть всех тех инструментов маркетинга территории, которые используются для привлечения туристических потоков на свою территорию. Для успешной реализации стратегии продвижения туристической индустрии отдельно взятого города главным принципом будут являться комплексность подхода в развитии и непрерывность данного процесса.

Рассматривая примеры успешного динамичного развития туристической индустрии, важно отметить успешное развитие столицы Татарстана, города Казань. Благодаря своему уникальному историческому и культурному наследию город привлекает миллионы туристов со всего мира. В последние годы Казань активно внедряет устойчивые практики в туризме, развивая экотуризм, культурные мероприятия и социокультурные проекты.

Казань – это город, который совмещает в себе непрерывное развитие всех факторов устойчивого развития городского пространства и предоставляет как жителям, так и гостям столицы Татарстана полную доступность в получении различных результатов своих плодотворных работ в данных направлениях.

Рассмотрим некоторые из маркетинговых инструментов привлечения туристических потоков в город Казань:

- Проведение международных, региональных, городских культурных мероприятий, например, Казанская ярмарка, различные массовые спортивные состязания и марафоны, фестивали и массовые мероприятия, приуроченные к различным значимым событиям и праздникам.

- Проведение международных и всероссийских экономических форумов, и слетов.

- Развитие историко-культурного наследия Казани, например, реставрация зданий, имеющих историческое или культурное значение, создание новых градостроительных сооружений, которые будут гармонично сочетаться с культурными и религиозными особенностями населения города, сохранение и реставрация, создание туристических маршрутов по историческим местам как города, так и его ближайших поселений.

– Создание бренда города Казань, которые включают в себя «Третья столица России», «Город динамичного развития», «Спортивная столица России».

Исходя из всего вышеперечисленного, Казань является примером лидера в борьбе за туристические потоки как жителей России, так и иностранцев. Город создал и развивает динамичный и конкурентноспособный образ городской среды, которую хочется посетить, приобрести предоставляемую городом и его населением продукцию, приобрести уникальный опыт и окунуться в культуру данной территории.

Но даже имея большие успехи в осуществлении маркетинговой стратегии привлечения туристов на свою территорию, всегда есть новые вершины, к которым стоит стремиться. Для совершенствования и развития как туристической, так и общегородской территории стоит совершенствовать инклюзивность городской среды города Казань.

Инклюзивное развитие городской среды играет ключевую роль в привлечении туристических потоков, поскольку оно создает более привлекательную и комфортную среду для всех посетителей, независимо от их потребностей и способностей. Это касается не только людей с ограниченными возможностями, но и различных культурных и социальных групп.

Инклюзивное развитие городской среды позволит увеличить доступность для всех групп населения. Посещение архитектурных и иных достопримечательностей, культурных и развлекательных учреждений, государственных и муниципальных учреждений позволит увеличить спрос на их посещение, поднимет к ним интерес незатронутых ранее туристических групп и жителей города, а также улучшит экономический и социальный уровень развития города.

Инклюзивное развитие транспортной инфраструктуры и повышение квалификации работников данной сферы позволит усовершенствовать транспортные пути и средства передвижения до международного уровня, также улучшая уровень жизни постоянного населения и предоставляя иногда жизненно необходимую, но не всегда достаточно комфортную услугу гостям столицы Татарстана.

Информационные материалы на различных языках, аудиогиды, субтитры, доступность информации через различные каналы для людей с нарушениями зрения или слуха также являются ключевым элементом в совершенствовании инклюзивной инфраструктуры в городе. Данные инновации позволят получать различный спектр услуг и больше приятного опыта и эмоций многим не затронутым ранее группам туристов и населения [3].

На одном уровне с информационной доступностью стоит и коммуникационная доступность, которая подразумевает наличие в культурных, развлекательных, транспортных, гостиничных заведениях, в ресторанах и кафе, в государственных, муниципальных и медицинских учреждениях разноязычных сотрудников, знаки и информация на разных языках.

Инклюзивный город привлекает значительно более широкий спектр посетителей, включая семьи с детьми, людей с ограниченными возможностями, туристов из различных культур и стран. Города, которые демонстрируют инклюзивность, воспринимаются как современные, прогрессивные и дружелюбные к посетителям, что положительно отражается на имидже города и привлекает туристов.

Более широкая целевая аудитория приводит к увеличению туристического потока и, как следствие, к росту доходов от туризма, созданию рабочих мест и стимулам для развития локальной экономики.

Инклюзивность также гарантирует, что городские услуги и ресурсы доступны и понятны для всех, что повышает уровень удовлетворенности туристов и увеличивает вероятность положительных отзывов и повторных визитов.

В современных реалиях конкуренции городов за туристические потоки следует учитывать необходимость постоянного совершенствования городской среды в соответствии с принципами ее устойчивого развития и удовлетворять запросы различных целевых аудиторий, как постоянного населения города, так и гостей муниципального образования. Непрерывное введение инноваций и новых технологий для совершенствования уже имеющихся инфраструктур города позволит в уже краткосрочной перспективе получить улучшенные результаты по многим показателям развития как города, так и туристической инфраструктуры.

Список литературы

1. Гатауллина С.Ю., Фролова С. Н. Применение инструментов маркетинга для формирования туристской привлекательности региона для жителей стран Азиатско-Тихоокеанского региона (на примере Приморского края), интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» // 2016, Т. 8, Вып. 1. – С. 2.
2. Агаларова, Е. Г., Маркетинг как инструмент повышения туристической привлекательности территории, Молодой ученый // 2013, Вып. 11(58). – С. 259–262.
3. Антонова А. Б., Качество как фактор развития индустрии туризма и гостеприимства в Российской Федерации, интернет-журнал «Наукоеведение» // 2015, Т. 7, Вып. 6. – С. 7.

Egor Nikolayevich Sokolov,

student,

Elizaveta Nikolayevna Sokolova,

student,

Grishina Natalia Valerievna,

Associate Professor of the Marketing Management Department
Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEML)

DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM IN THE REALITIES OF THE STRUGGLE FOR TOURIST FLOWS (ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF KAZAN)

Annotation. Nowadays one of the important elements of development of many spheres of life of municipalities is the improvement of sustainable tourism and marketing strategies. The article highlights the topic of correlation between the development of urban area with the subsequent positive functioning of tourist territorial infrastructure. The city of Kazan is taken as an example of successful realisation of tourist route promotion. The option of improving the tourist infrastructure and urban space to attract more tourists is proposed.

References

1. Gataullina S.Y., Frolova S.N. Application of marketing tools for the formation of tourist attractiveness of the region for the residents of the Asia-Pacific region (on the example of Primorsky Krai), Internet Journal “Naukovedenie”. 2016, Vol. 8, Issue 1. P. 2.
2. Agalarova, E. G., Marketing as a tool to increase the tourist attractiveness of the territory, Young Scientist. 2013, Vyp. 11 (58). С. 259–262.
3. Antonova, A. B., Quality as a factor in the development of tourism and hospitality industry in the Russian Federation, Internet Journal “Naukovedenie”. 2015, Vol. 7, Iss. 6. P. 7.

УДК 338.48

Уварова Мария Валентиновна

к. п. н., доцент,

Лукина Элина Алексанровна, Кашапова Айлина Айдаровна

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова Набережные Челны, Россия

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Аннотация. Статья анализирует два перспективных направления туризма: военно-патриотический и молодежно активный. Военно-патриотический туризм в Набережных Челнах предлагает погружение в историю региона, посещение памятников и мемориалов. Развитие этого направления повысит интерес молодежи к истории, воспитает патриотизм. Молодежно активный туризм в Набережных Челнах сочетает спортивные вызовы, культурные открытия и яркие впечатления, идеально подходя для современных молодых людей. Статья определяет перспективы развития обоих направлений.

Ключевые слова: военно-патриотический туризм, молодежный туризм, молодежный активный туризм, историческое наследие, воспитание патриотизма, активный отдых, Татарстан, туризм в Татарстане, туристические маршруты, квесты.

Молодежный туризм является особым видом путешествий, который больше характерен для молодых людей. Чаще всего в такие путешествия объединяются компании сверстников, имеющих общую цель – познание мира и проведение досуга. [1].

Молодежный туризм играет ключевую роль в образовательном процессе, позволяя молодым людям расширить свои знания и понимание мира. Через знакомство с различными культурами, достижениями в науке, искусстве и технике, такие поездки и программы помогают формировать у молодежи собственные жизненные позиции и профессиональные интересы, способствуя принятию правильных жизненных решений [2].

Сегодня в России большое внимание уделяется развитию этого перспективного направления ввиду уникальности данного вида путешествия. Главным плюсом является многообразие форм активного отдыха, а именно познавательные поездки, волонтерство, work and travel, спортивный и приключенческий туризм. Понимание своей страны, ее истории и культуры через путешествия и знакомство с другими народами – важная часть формирования патриотизма [3].

В последнее время туризм претерпевает значительные изменения, особенно для детей и молодежи. Об этом говорит спикер Алла Салаева, **руководитель рабочей группы по развитию детского и молодежного туризма**, отмечая, что туризм в 1996 году и сегодня – это два совершенно разных мира: «Туризм в 1996 году и туризм сегодня не имеют практически ничего общего, – обозначила спикер. – Особенно, если мы говорим о детях и молодежи. И внутренний, и молодежный туризм в последнее время развиваются в условиях беспрецедентной поддержки государства, и сейчас Комитет Госдумы совместно с Правительством России и Минэкономразвития работают над новым законом о туризме. Он соответствует сегодняшнему дню и отвечает поколенческим запросам. Программа «Больше, чем путешествие» помогает не только молодежи влюбиться в родную страну, но и самим субъектам страны через поездки лучше понять себя, осознать, что их территории интересны. Тем, кто живет в регионах, важно, чтобы к ним приезжали сверстники и говорили, в каком классном месте они живут. Так проявляется чувство гордости и сопричастности к своей малой родине. Особенно отмечу, что в этом году в маршруты программы мы включили и экскурсии в Государственную думу». [4].

Туризм играет ключевую стратегическую роль в развитии российских регионов. В последнее время многие регионы, включая Татарстан, уделяют туризму особое внимание, понимая его значительный вклад в экономику. Как отмечает Н. Г. Стрижова, именно регионам принадлежит ключевая роль в развитии массового туризма и пополнении государственного бюджета, в отличие от столичных центров, ориентированных на экскурсионный туризм и гостиничное обслуживание [5].

В Татарстане туризм – перспективное направление для социально-экономического развития. Развитие внутреннего и въездного туризма обеспечивается богатым историко-культурным наследием, развитой инфраструктурой, природными ресурсами и поддержкой со стороны органов власти [6].

Изучив доклад «Об итогах работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму в 2023 году и задачах на 2024 год», может просматриваться следующая тенденция туристического потока в Республику Татарстан. По результатам диаграммы, представленной на рис. 1, туристический поток достиг максимума в 2022–2023 годах. Это связано с восстановлением после пандемии COVID-19, когда многие страны начали открывать границы и снимать ограничения на поездки.

В 2020 году туристический поток значительно сократился из-за глобальных карантинных мер и закрытия границ, что сделало путешествия невозможными для большинства людей. В 2021 году, с началом вакцинации и улучшением ситуации с COVID19, многие страны начали постепенно открываться, что способствовало росту интереса к путешествиям и увеличению туристического потока.

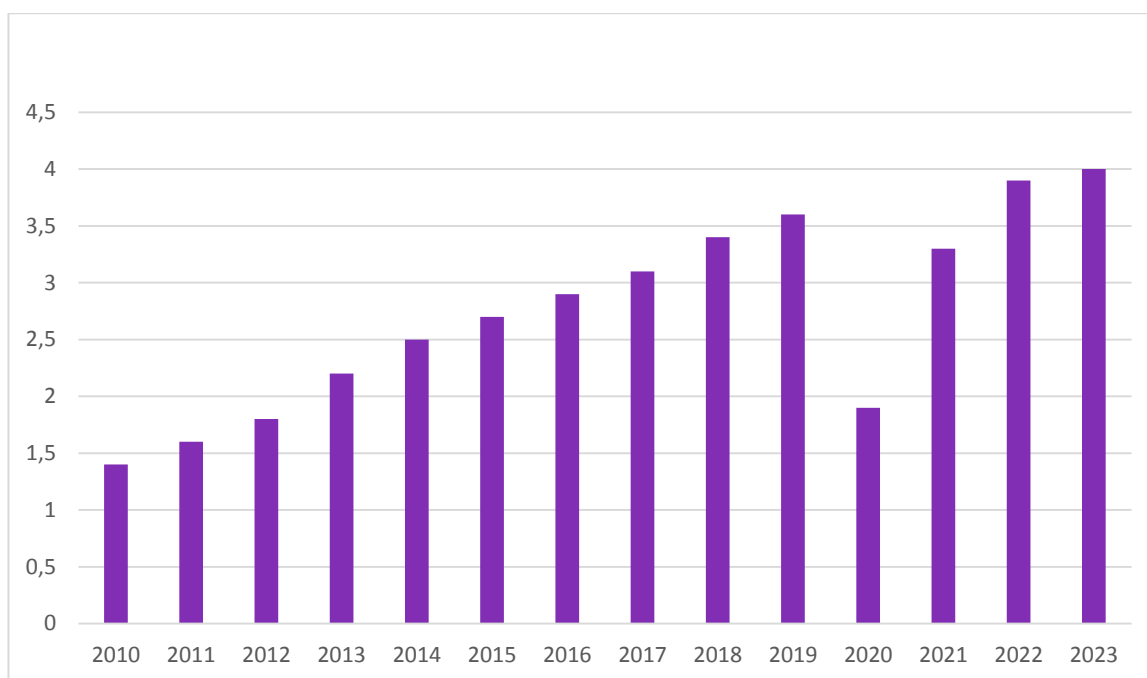


Рис. 1. Туристский поток в Республику Татарстан, млн человек [7]

В целях исследования развития молодежного туризма в Республике Татарстан студентами второго курса специальности «Туризм и гостеприимство» (Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова) был проведен опрос. Он проводился с 5.11.2024 по 10.11.2024 и охватил 83 человека. Опрос проводился с целью выявления интересов, предпочтений и потребностей молодых людей в сфере туризма, а также для анализа существующих возможностей и перспектив развития этого направления в Республике Татарстан.

На рис. 2 отображен ответ респондентов по вопросу: «Что для тебя важнее всего в путешествии?». Ответы распределились определенным образом (рис. 2).

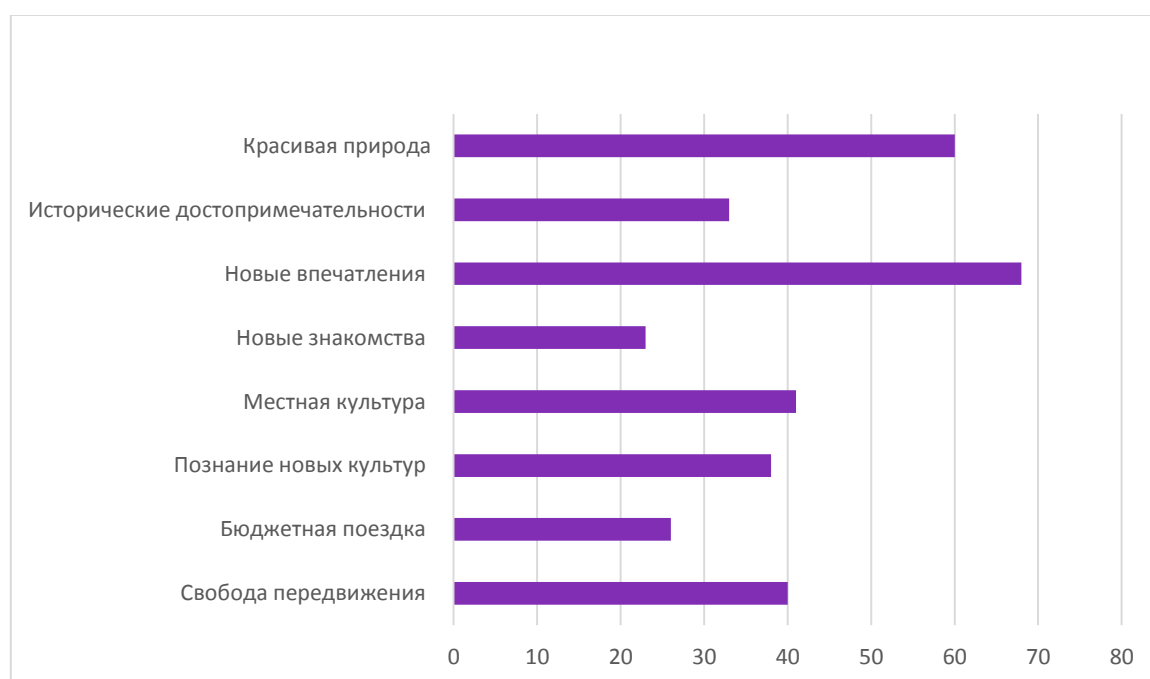


Рис. 2. Ценности, которые важнее всего реализуются в путешествии

В опросе молодежи о ценностях в путешествиях выделились несколько ключевых аспектов. На первом месте – новые впечатления, что подчеркивает стремление к разнообразному опыту. Вторым важным аспектом стала красивая природа, отражающая желание гармонии с окружающим миром. Познание новых культур также занимает значительное место, указывая на интерес к традициям и образу жизни других народов. Местная кухня важна для гастрономического опыта и понимания культуры. Наконец, свобода передвижения позволяет молодежи самостоятельно планировать свои маршруты и исследовать мир без ограничений. Эти факторы делают путешествия не только отдыхом, но и источником знаний и эмоций.

На рис. 3 отображен ответ респондентов по вопросу: «Какой тип путешествия вам интересен?». Ответы распределились определенным образом (рис. 3).

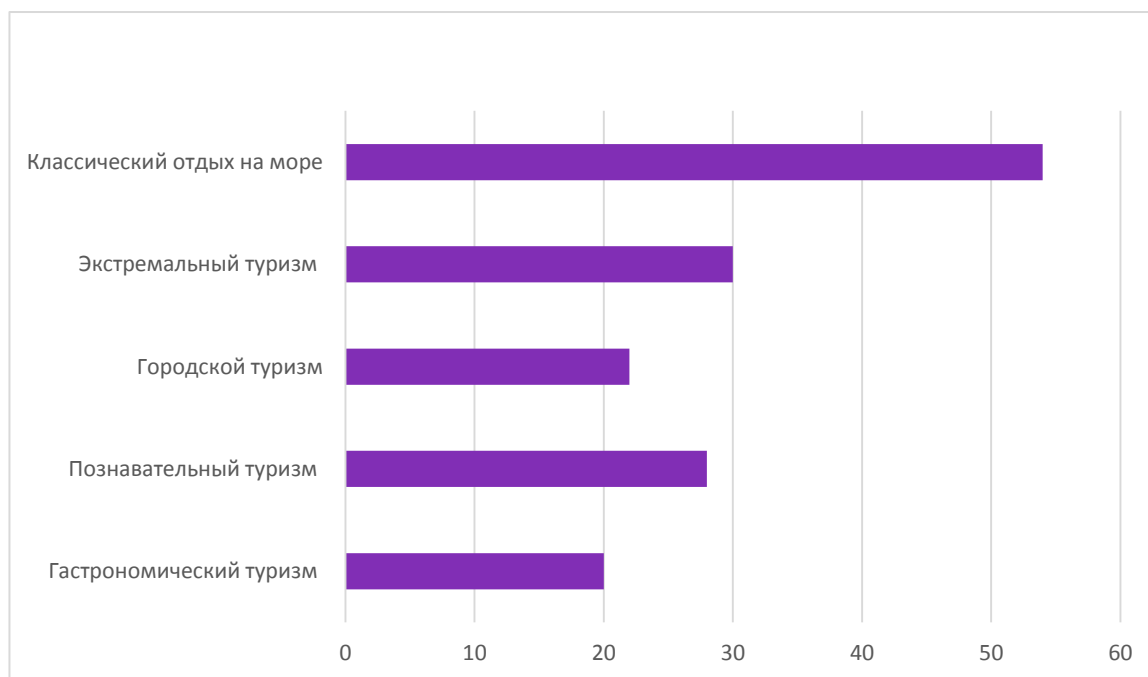


Рис. 3. Наиболее интересные типы путешествий для молодежи

В результате опроса о предпочтениях молодежи в туризме выделились несколько ключевых направлений. Классический отдых на море остается самым популярным, так как молодежь ценит возможность расслабиться и насладиться природой. Экстремальный туризм также пользуется спросом благодаря адреналину и активным приключениям. Познавательный туризм интересует молодежь желанием изучать новые культуры и исторические места. Наконец, городской туризм привлекает своей динамичной атмосферой, культурными событиями и возможностью погружения в жизнь крупных городов. Эти направления отражают разнообразие интересов и потребностей молодежи в путешествиях.

На рис. 4 отображен ответ респондентов по вопросу: «Какие факторы влияют на ваш выбор туристического направления?». Ответы распределились определенным образом (рис. 4).

В результате опроса о факторах выбора туристического тура среди молодежи выделены ключевые аспекты. На первом месте стоит стоимость поездки, так как молодежь часто имеет ограниченный бюджет. Важна также безопасность, чтобы чувствовать себя защищенно. Активный отдых и возможность заниматься спортом и экскурсиями играют значительную роль. Наконец, доступность достопримечательностей позволяет легко добраться до интересных мест и насладиться культурой. Эти факторы подчеркивают прагматичный подход молодежи к выбору туристических направлений.

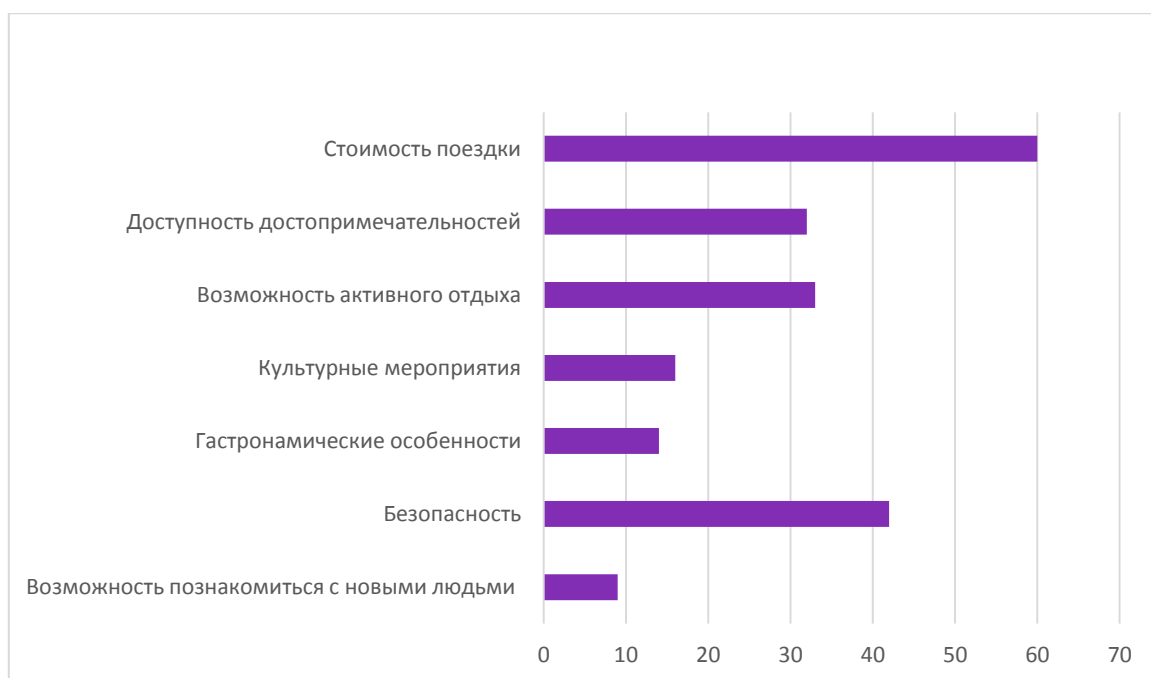


Рис. 4. Важные факторы, влияющие на выбор туристического тура

На рис. 5 отображен ответ респондентов по вопросу: «Какой праздник у вас самый любимый?». Ответы распределились определенным образом.

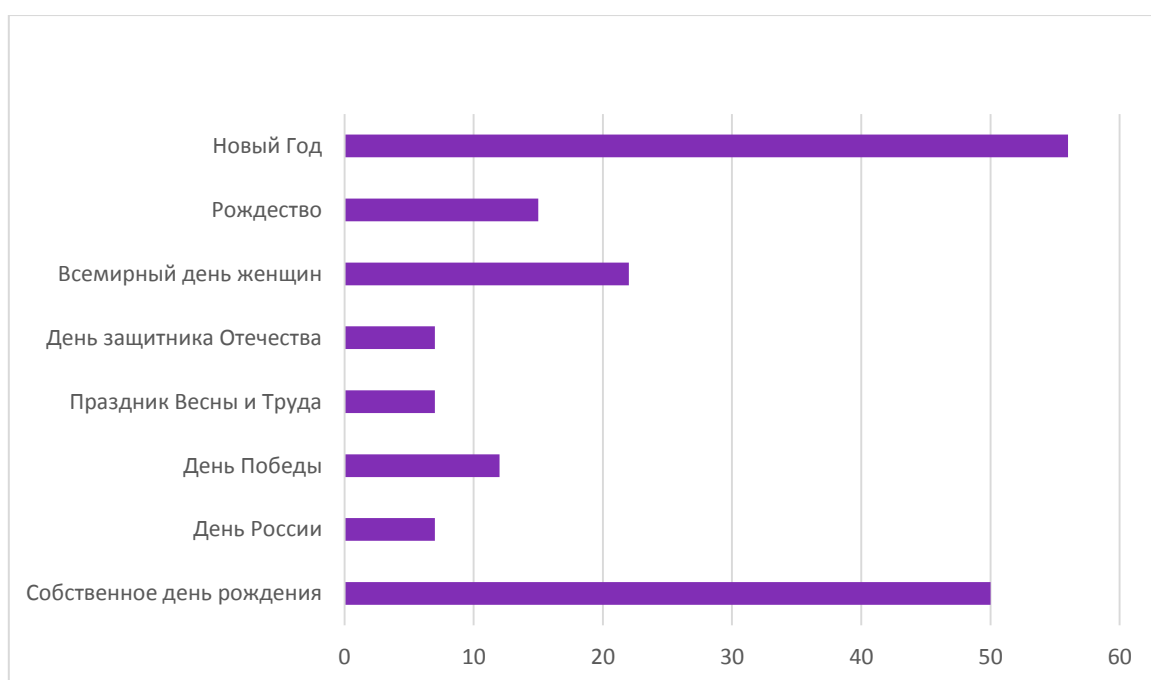


Рис. 5. Любимые праздники молодежи

По результатам опроса о любимых праздниках молодежи, на первом месте оказался Новый год, ассоциирующийся с весельем и временем, проведенным с близкими. Второе место занимает день рождения, который символизирует индивидуальность и личные достижения.

Третье – Всемирный день женщин, подчеркивающий важность гендерного равенства и уважения к женщинам. Замыкает список Рождество, наполненное семейными традициями и духовным смыслом. Молодежь ценит как традиционные праздники, так и личные моменты.

Анализируя данные опроса, можно отметить, что молодежь любит отмечать праздники, и с этой целью авторы данной статьи обращают свое внимание на разработку проекта по привлечению молодежи к участию в праздновании Великого праздника – Дня Победы. Проект направлен на патриотическое воспитание и памяти о героях данной войны. Авторами разработан квест под названием «Дорога памяти».

Цель: Обобщение знаний о Великой Отечественной Войне; Формирование чувства патриотизма у молодежи; Развитие командного духа.

Подготовка: определение места проведения – парки, скверы или другие общественные места, где можно размещать задания. Нами определена такая локация, как Парк Победы, ведь это пространство не только символично, но и удобно расположено, что привлечет больше участников. Парк обладает достаточной площадью для размещения различных заданий и активностей, а также создает подходящую атмосферу для обсуждения исторических тем.

Этап квеста: в начале мероприятия все участники проходят регистрацию. На этом этапе они заполняют анкеты с личной информацией и предпочтениями, что поможет организаторам сформировать команды с учетом различных навыков и интересов. После завершения регистрации участники объединяются в команды по 4–6 человек. Участники могут выбрать названия для своих команд, что добавляет элемент индивидуальности и способствует сплочению группы. Каждой команде выдается карта с заранее определенным маршрутом и первым заданием (рис. 6).



Рис. 6. Карта маршрута квеста

– Викторина по истории войны: Команды будут отвечать на вопросы о ключевых событиях, важных битвах и значимых личностях, которые внесли свой вклад в победу.

– Фотовызов: Участники переоденутся в костюмы и смогут сделать фотографии на память.

– Интерактивная игра «Я герой»: Следующий этап включает ролевую игру, где участникам предстоит инсценировать короткий эпизод из истории войны в специальных костюмах.

– Творческое задание: Арт-стена, которую участники будут раскрашивать.

– Завершение квеста: мастер класс «Твой вальс», хореографы помогают участникам и ставят танец.

По окончанию квеста участникам выдадут уникально оформленные карточки с изображением и краткой биографией военачальников, их портретов, а также с интересными фактами об их вкладе в деятельность нашей страны.

Список литературы

1. Бурмаков А. С. Понятие молодежного туризма и его существенные особенности: сборник. Москва, 2018. С. 2. <https://elibrary.ru/item.asp?id=38520838>
2. Бурмаков А. С. Понятие молодежный туризм и его существенные особенности. С. 2. <https://elibrary.ru/item.asp?id=35239372>
3. Кузнецова В. С. Возможности организации бюджетного отдыха для молодежи в Республике Карелия: сборник. Москва, 2020. <https://elibrary.ru/item.asp?id=44191774> – С. 1.
4. Киреев С. Форум «Путешествуй!», тематическая секция «Молодежный туризм в России: ресурсы, тренды и перспективы»: [Электронный ресурс] – URL: <https://profi.travel/news/57510/details> (дата обращения: 05.11.2024).
5. Добронравова О. В., Замалетдинова Э. Н., Кабиров И. С., Паньков А. В., Хикматов Р. И., Байгильдеев А. В., Шарифуллина Э. В. Развитие социальной политики Республики Татарстан. Издательство: «Издательство Познание». Казань, 2014. с. 144. <https://elibrary.ru/item.asp?id=26672652>
6. Добронравова О. В., Замалетдинова Э. Н., Кабиров И. С., Паньков А. В., Хикматов Р. И., Байгильдеев А. В., Шарифуллина Э. В. Развитие социальной политики Республики Татарстан. Издательство : «Издательство Познание». Казань, 2014. – С. 145. <https://elibrary.ru/item.asp?id=26672652>
7. Сергей Евгеньевич Иванов. Доклад «Об итогах работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму в 2023 году и задачах на 2024 год»: [Электронный ресурс] – URL: https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm?pub_id=4028240 (дата обращения: 12.11.2024).

Uvarova Mariya Valentinovna

k. p. n., dotsent,

Lukina Elina, Kashapova Ayлина

Kazanskiy innovatsionnyy universitet imeni V.G.Timiryasova Naberezhnyye Chelny, Russia

RAZVITIYE MOLODEZHNOGO TURIZMA V RESPUBLIKE TATARSTAN

Abstract. The article analyzes two promising areas of tourism: military-patriotic and youth active. Military-patriotic tourism in Naberezhnye Chelny offers an immersion in the history of the region, visiting monuments and memorials. The development of this direction will increase the interest of young people in history and instill patriotism. Youth active tourism in Naberezhnye Chelny combines sports challenges, cultural discoveries and vivid impressions, ideal for modern young people. The article determines the prospects for the development of both directions.

Key words: military-patriotic tourism, youth tourism, youth active tourism, historical heritage, education of patriotism, active recreation, Tatarstan, tourism in Tatarstan, tourist routes, quests

References

1. Burmakov A. S. Predlozheniye molodezhnogo turizma i yego uchastiye osobennosti: sbornik. Moskva, 2018. S. 2. <https://elibrary.ru/item.asp?id=38520838>
2. Burmakov A. S. Predlozheniye molodezhnogo turizma i yego osobennosti. S. 2 <https://elibrary.ru/item.asp?id=35239372>
3. Kuznetsova V. S. Vozmozhnosti organizatsii byudzhethnogo otdykha dlya molodezhi v Respublike Kareliya: sbornik. Moskva, 2020. S. 1. <https://elibrary.ru/item.asp?id=44191774>

4. Kireyev S. Forum «Puteshestvuy!», tematicheskaya sektsiya «Molodezhnyy turizm v Ros-sii: resurs, tendentsii i perspektivy»: [Elektronnyy resurs] – URL: <https://profi.travel/news/57510/details svobodnyy> (data obrashcheniya: 05.11.2024).

5. Dobronravova O.V., Zamaletdinova E.N., Kabirov I.S., Pan'kov A.V., Khikmatov R.I., baygil'deyev A.V., Sharifullina E.V. Razvitiye sotsial'noy politiki Respubliki Tatarstan. Izdatel'stvo: «Izdatel'stvo Poznaniye». Kazan', 2014. – s. 144. <https://elibrary.ru/item.asp?id=26672652>

6. Dobronravova O.V., Zamaletdinova E.N., Kabirov I.S., PAN'KOV A.V., KHIKMATOV R.I., BAYGIL'DEYEV A.V., SHARIFULLINA E.V. RAZVITIYE SOTSIAL'NOY POLITIKI RESPUBLIKI TATARSTAN. Izdatel'stvo : «Izdatel'stvo Poznaniye». Kazan', 2014. s. 145. <https://elibrary.ru/item.asp?id=26672652>

7. Sergey Yevgen'yevich Ivanov. Doklad «Ob itogakh raboty Gosudarstvennogo komiteta Respubliki Tatarstan po turizmu v 2023 godu i zadachakh na 2024 god»: [Elektronnyy resurs] – Rezhim dostupa: https://tourism.tatarstan.ru/documents.htm?pub_id=4028240 (data obrashcheniya: 12.11.2024).

УДК 338.488.2: 640.41 (470.23)

Хакимова Диана Марковна,

студент,

Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина

Научный руководитель: **Шкуропат Светлана Геннадьевна,**

кандидат культурологии, доцент,

Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина

**РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ
ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГЛЭМПИНГЕ «МАЙТРИ КЭМП»
ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ**

Аннотация. Актуальность изучаемой темы обусловлена тем, что глэмпинг является перспективным и развивающимся средством размещения на рынке гостиничных услуг в России сегодня. Целью исследования является разработка предложений по обслуживанию туристов в глэмпинге. Информационной базой исследования стали: нормативные документы, интернет ресурсы, сайты предприятий и т. п. Рекомендации применимы в практической деятельности, разработанные рекомендации могут быть использованы для улучшения обслуживания в глэмпинге «МАЙТРИ КЭМП». Таким образом, в ходе исследования автор рассмотрел особенности глэмпинга как средства размещения, и выявил их проблемы на примере конкретного предприятия глэмпинга «МАЙТРИ КЭМП» и разработал их решение.

Глэмпинг появился благодаря конкуренции в сфере туризма. Это инновация в экотуризме, включающая в себя полное погружение туриста в природу. Именно для этих целей был придуман глэмпинг – вид отдыха на природе в комфортных условиях. «Глэмпинг – это новое направление в туризме, слово «глэмпинг» образовалось в результате соединения двух слов «glamorous» и «camping», что в переводе с английского означает «гламурный кемпинг» как более удобный тип размещения, чем традиционный кемпинг. Особенности концепции глэмпинга влияют на архитектурные решения, которые призваны гарантировать прием большого числа туристов при минимизации воздействия на окружающую среду за счет использования гибких и подвижных конструкций. Появление новых экологически чистых и ресурсосберегающих технологий, устройств и технологий в области эко-инженерии, позволяют проектировать и создавать глэмпинг-отели и базы на территориях охраняемой природы, территории и акватории национальных парков» [1]. «Глэмпинг предполагает многонаправленность в органи-

зации туризма. Он считается популярной формой отдыха на природе, особенно среди пар и семей с детьми. А также отличается от других видов кемпинга тем, что предлагает размещение в уникальных областях, включая национальные ландшафты» [2].

Глэмпинг представляет собой эксклюзивный опыт природного отдыха. Эта новая концепция путешествий позволяет насладиться окружающей природой, не отказываясь от комфорта.

Рассмотрим особенности сервиса на конкретном примере: глэмпинг «Майтри Кэмп» Ленинградской область, Выборгский район. Глэмпинг «Майтри Кэмп» начал свою работу в 2021 году, был реконструирован в 2023 году. В комплекс глэмпинга входят 16 куполов, 20 шатров и купольный ресторан. К размещению доступны геолюксы, геокуполы на 1 и 2 линии Финского залива и лесные шатры – расположенные в лесу. Площадь стандартных куполов составляет 28 метров. Внутри геокуполов находится: две двуспальные кровати (вторая кровать расположена на втором уровне), камин, кухня с посудой для сервировки (столовые приборы, кружки, тарелки). Есть микроволновая печь, чайник, чайная/кофейная станция, холодильник. Плита отсутствует. В куполе расположен стол, его можно использовать в качестве обеденного стола или рабочего места. В каждом куполе есть санузел с душевой кабиной, туалетом и раковиной, а также феном и полотенцами. В оснащение ванной комнаты входят полотенца, шампунь, гель для душа.



Рис. 1. Геокупол [3]

Гео-люкс (рис. 2) имеет панорамное остекление и собственную террасу. В гео-люксе могут разместиться до 4 человек, внутри находится двухместная кровать и два спальных места на втором уровне. Есть санузел, кухня с холодильником и микроволновой печью, чайная/кофейная станции, зона отдыха, виниловый проигрыватель.



Рисунок 2. Гео-люкс [4]

Внутри геокуполов и гео-люксов находятся наборы для приготовления барбекю с аксессуарами для приготовления мяса. Приобрести уголь, жидкость для розжига и решетку при необходимости можно у администраторов. Мангалы у куполов имеет закрывающиеся крышки и встроенную решетку. Также для размещения гостей доступны лесные шатры (см. рис. 5). Размещение в них разрешено только в период с мая по октябрь, так как шатры не оснащены теплым полом. Внутри шатра расположены двуспальная кровать, дровяная печь, стол, есть электричество. В шатрах отсутствуют холодильник и чайник. При необходимости гости, размещенные в шатрах, могут воспользоваться общей зоной ресторана, взять посуду и столовые приборы для сервировки. Рядом с каждым шатром установлены мангалы без встроенной решетки, при желании ее можно приобрести у администраторов.



Рис. 3. Лесной шатер [5]

Стоимость проживания в глэмпинге варьируется в зависимости от дней. Проживание в геокуполе на 1 линии в будние дни составит от 10 000 рублей, в выходные – от 12 000 рублей за ночь. Стоимость проживания в геокуполе на 2 линии выше: от 13 000 рублей в будние дни и от 15 000 рублей за ночь в выходные дни. Проживание в лесных шатрах в будние дни для двух человек составит 5 500 рублей, в то время как стоимость одной ночи для двух человек в выходные дни возрастет до 7 500 рублей. При бронировании шатров действуют скидки: 15 % от двух ночей и 20 % от четырех ночей [6]. Таким образом, глэмпинг «Майтри Кэмп» обладает высоким уровнем комфорта и удовлетворяет разнообразные потребности отдыхающих. В геокуполах и гео-люксах размещение детей до 3 лет бесплатно, если им не требуется отдельное спальное место. В шатрах дети до 7 лет проживают без дополнительной оплаты. Данное правило распространяется только на одного ребенка. В случае предоставления дополнительной кровати, при бронировании за ребенка вносится оплата как за взрослого гостя. Также разрешено размещение с животными: глэмпинг придерживается политики pet-friendly. Размещение с животными бесплатно, при условии соблюдения ограничения по количеству питомцев – не более трех домашних животных. Проживать с животными разрешено в шатрах и геокуполах, однако есть отдельная категория «строго без домашних животных», в которую входят два геокупола. За дополнительную плату можно приобрести миски, плед для собак и другие аксессуары для животных от магазина «Четыре Лапы». Время заезда в глэмпинге – с 15 до 22 часов, выезд осуществляется в 12:00. Глэмпинг не предоставляет услуги трансфера, однако возможно бронирование услуги такси по телефону. Стоимость поездки составит 500 рублей. К услугам и удобствам в глэмпинге представлены: обслуживание номеров, уборка по запросу, сейф у администратора, вызов такси на стойке регистрации. На своей территории глэмпинг предлагает площадку для пикника. Также возможна аренда велосипедов, квадроциклов и прокат сапов. Стоимость велосипедов составляет 500 рублей в час или 1 000 рублей за день. Катание разрешено на территории глэмпинга, гости также могут доехать на велосипеде до маяка на мысе Кюренними. Квадроциклы стоят 1 000 рублей за час. К управлению квадроциклами допускаются люди строго старше 16 лет. Стоимость проката сапов составляет 700 рублей в час.

Оформление аренды возможно у администраторов [6]. На территории глэмпинга находится ресторан, посетить который можно без проживания. Режим работы: с 9 до 21 часа (в пятницу и субботу до 22 часов). Ежедневно с 9 до 12 часов здесь проходят завтраки. В глэмпинге действует акция: при бронировании от трех ночей включены бесплатные завтраки. Ресторан позиционирует себя как dog-friendly: гости могут приходить со своими собаками, официанты всегда предложат питомцу миску с водой. Шеф-повар ресторана Александр Бурлов предлагает специальное зимнее предложение. В полное меню ресторана включены меню завтраков, детское меню, винная карта, есть позиция полуфабрикатов собственного производства для приготовления на гриле (шашлык, корейка, форель, овощи гриль). При заказе следует уведомить официанта о наличии аллергии, это будет учитываться при приготовлении блюд. По запросу гостей возможно использование альтернативного молока. В ходе анализа отзывов гостей предприятия «Майтри Кэмп» с сайтов («Яндекс.Карты», «Яндекс.Путешествия»), были выявлены действующие недостатки в организации его обслуживания:

1. Гости отмечают, что вентиляционная система в шатрах и геокуполах не справляется с проветриванием и фильтрацией воздуха. Из-за отсутствия вентиляции в местах размещения в помещении не поступает свежий воздух, что приводит к духоте и спертому воздуху, особенно в летний сезон.

2. Администраторы глэмпинга не оказывают помощь заселяющимся, не предоставляют необходимую информацию о глэмпинге.

3. Отсутствие мобильной связи и сети Интернет. Наличие сети Wi-Fi также необходимо для связи с администрацией комплекса в мессенджерах, что не представляется возможным при отсутствии сети.

Таким образом, нами были выявлены достоинства и действующие недочеты в сервисе глэмпинга «Майтри Кэмп». Проанализировав существующие недочеты в организации глэмпинга «Майтри Кэмп», были составлены следующие рекомендации по совершенствованию сервиса по приему и обслуживанию туристов в данном глэмпинге:

1. Для решения проблемы с вентиляционной системой и проветривания геокуполов можно предложить установку системы очистки воздуха: к примеру, очиститель воздуха Вонесо Р340 [7], оснащенный многоступенчатой системой фильтрации, сенсорами качества воздуха и функцией ионизации. Данную систему можно приобрести по цене 17990 рублей. Покупку очистителей воздуха Вонесо стоит рассмотреть из-за высокой эффективности и надежности продукции, а также выгодной цены. Установка очистителя воздуха в геокуполе поможет удалить загрязняющие вещества из воздуха и улучшить его качество.

2. Необходимо обеспечить должное обучение и подготовку персонала глэмпинга. Сотрудники должны быть вежливыми, дружелюбными и готовыми помочь гостям в устранение проблем: администраторы глэмпинга должны быть готовы оперативно реагировать на проблемы и неполадки, которые могут возникнуть в глэмпинге. Для этого администраторам глэмпинга было предложено пройти дистанционную программу профессиональной подготовки «Администрирование в гостиничном сервисе» [8] в Национальном исследовательском институте дополнительного образования и профессионального обучения (АНО «НИИДПО»). Стоимость программы составляет 8 434 рубля, курс проходит на специальной платформе на основе дистанционного образования. Курс повышения квалификации в АНО «НИИДПО» стоит проходить, так как организация обладает высоким уровнем профессионализма, предлагает актуальные программы обучения и имеет опытных преподавателей.

3. Одной из рекомендаций по совершенствованию сервиса в глэмпинге также может послужить система Mystery Guest – метод анонимного тестирования услуг и сервиса гостиничного объекта с целью оценки качества обслуживания и уровня удовлетворенности клиентов. В контексте глэмпинга система Mystery Guest может быть использована для проверки качества предоставляемых услуг, комфорта проживания в шатрах и куполах, качества питания, обслуживания персонала. Для эффективности рекомендуется проводить контроль с периодичностью не реже одного раза в квартал. Это позволит регулярно оценивать уровень сервиса, выявлять возможные проблемы или недочеты и принимать меры для их исправления.

Для этого предлагается заключить договор с компанией «Астелс» консалтинговая группа» [9]. Компания была выбрана как сетевая компания, работающая в 15 городах России, в том числе и в Санкт-Петербурге, которая является аккредитованной экспертной организацией по классификации гостиниц, разработке, внедрению и сертификации систем менеджмента, сертификации продукции и услуг. В портфолио компании различные типы средств размещения. Компания предоставляет полный цикл услуг по управлению качеством гостиничного сервиса. Во время процедуры Mystery Guest проводится диагностика качества обслуживания и конкурентоспособности сервиса. Цена услуги «тайный гость» определяется индивидуально.

4. Для улучшения коммуникации была предложена установка эффективной системы коммуникации с гостями. К примеру, создание мобильного приложения для бронирования, чат-бота в мессенджерах (к примеру, в социальной сети «ВКонтакте») для поддержки клиентов и предоставления гостям возможности задавать вопросы, делать запросы и выражать свои пожелания. Для создания мобильного приложения можно обратиться к компании Roscom [10], специализирующейся на разработке цифровых систем для бизнеса, мобильных и web-приложений. Компания имеет богатый опыт в разработке мобильных приложений, предлагают индивидуальный подход к каждому проекту, обеспечивают высокое качество и гарантируют надежность и эффективность решений. Это способствует получению обратной связи от гостей и упростит анализ их отзывов. Положительные отзывы можно будет использовать в маркетинговых целях на веб-сайте, а отрицательные отзывы могут быть использованы для улучшения сервиса и исправления ошибок. Для упорядочения и структурирования информации на сайте глэмпинга, а также в мессенджерах необходимо создать единое описание модулей, объединяя их по типам и особенностям. Это позволит представить гостям полный спектр вариантов проживания, выделить ключевые характеристики каждого купола и упростить процесс выбора, избежать путаницы в информации.

Рекомендации по коррекции информации о модулях в глэмпинге:

- Разделение модулей на категории в соответствии с их уровнем комфорта, размером, видом размещения (лесные шатры стандарт, геокупола, геокупола люкс).

- Указание основных особенностей каждого модуля, чтобы гости могли легко выбрать подходящий вариант (1 или 2 линия размещения от берега, оснащения номера и т. д.).

- Размещение информации о модулях на веб-сайте, в социальных сетях: сообщество «Майтри Кэмп на Финском заливе» в социальной сети «ВКонтакте» и в других рекламных материалах: сайты «Яндекс.Карты», «Яндекс.Путешествия».

Таким образом, были выявлены действующие недочеты в организации работы глэмпинга и предложены варианты решения данных проблем для совершенствования сервиса по приему и обслуживанию туристов в данном глэмпинге. А именно разработаны предложения по совершенствованию сервиса в глэмпинге «Майтри Кэмп. Были выявлены проблемы и намечены пути их решения. Были предложены варианты решения проблем с вентиляционной системой и проветривания геокуполов, обучением и подготовкой персонала глэмпинга по программе «Администрирование в гостиничном сервисе» в АНО «НИИДПО». Были разработаны рекомендации по совершенствованию и контролю качества сервиса в глэмпинге по системе Mystery Guest совместно компанией «Астелс» консалтинговая группа». Для улучшения коммуникации была предложена установка эффективной системы коммуникации с гостями через создание мобильного приложения для бронирования, чат-бота в мессенджерах для поддержки обратной связи с клиентами. Для создания мобильного приложения можно обратиться к компании Roscom. Для упорядочения и структурирования информации на сайте глэмпинга, а также в мессенджерах необходимо создать единое описание модулей, объединяя их по типам и особенностям.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

2. Шестакова Е. С, Рудык А. Н, Бутова Т. Г. Функции экологического туризма // Сервис в России и за рубежом. 2016. № 2(63). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-ekologicheskogo-turizma> (дата обращения: 04.12.2023).
3. Гео-купола. – URL: <https://mytree.ru/prozhivanie/geokupol> (дата обращения: 12.03.2024).
4. Гео-купола Люкс. – URL: <https://mytree.ru/prozhivanie/kupollux> (дата обращения: 12.03.2024).
5. Лесные шатры. – URL: <https://mytree.ru/prozhivanie/standart?ysclid=ltnz6zma2n725776525> (дата обращения: 12.03.2024).
6. Майтри Кэмп на Финском заливе: официальный сайт. – URL: <https://mytree.ru/?ysclid=ltvw6chfti441889705> (дата обращения: 04.12.2023).
7. Очиститель воздуха Вонесо Р340 в Санкт-Петербурге в официальном интернет-магазине. – URL: [https:// aeros.su](https://aeros.su) (дата обращения: 04.02.2024).
8. Администрирование в гостиничном сервисе (гостеприимстве) – онлайн-курс обучения для начинающих с нуля, профессиональная переподготовка дистанционно – АНО «НИИДПО». – URL: [https:// niidpo.ru](https://niidpo.ru) (дата обращения: 04.02.2024).
9. Центр сертификации, стандартизации и экспертизы «Астелс». URL: <https://sertifikat.bz> (дата обращения: 04.02.2024).
10. Роском – разработка цифровых систем для бизнеса. URL: <https://www.pocom.ru> (дата обращения: 04.02.2024).

Khakimova Diana Markovna,
Student,
Pushkin Leningrad State University,
scientific supervisor: **Svetlana Gennadijevna Shkuropat,**
Ph.D. of Cultural Studies, Associate Professor,
Pushkin Leningrad State University

DEVELOPMENT OF RECOMMENDATIONS FOR IMPROVING THE ORGANIZATION OF SERVICES IN THE GLAMPING "MAITRI CAMP" LENINGRAD REGION

Abstract. The relevance of the topic under study is due to the fact that glamping is a promising and developing means of accommodation in the hotel services market in Russia today. The purpose of the study is to develop proposals for servicing tourists in glamping. The information base of the study was: regulatory documents, Internet resources, enterprise websites, etc. The recommendations are applicable in practice, the developed recommendations can be used to improve service in the glamping "MAITRI CAMP". Thus, in the course of the study, the author considered the features of glamping as a means of accommodation, and identified their problems using the example of a specific glamping enterprise "MAITRI CAMP" and developed their solution.

References

1. Decree of the President of the Russian Federation No. 204 dated May 7, 2018 "On National goals and strategic objectives of the development of the Russian Federation for the period up to 2024"
2. Shestakova E.S., Rudyk A.N., Butova T.G. Functions of ecological tourism // Service in Russia and abroad. 2016. No.2 (63). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-ekologicheskogo-turizma> (date of access: 04.12.2023).
3. Geo-domes – URL: <https://mytree.ru/prozhivanie/geokupol> (accessed 03/12/2024).
4. Geo-domes Lux – URL: <https://mytree.ru/prozhivanie/kupollux> (accessed 12.03.2024).
5. Forest tents – URL: <https://mytree.ru/prozhivanie / standart?ysclid=ltnz6zma2n725776525> (accessed 03/12/2024).
6. Maitri Camp on the Gulf of Finland: official website. – URL: <https://mytree.ru/?ysclid=ltvw6chfti441889705> (accessed 04.12.2023)

7. Boneco P340 air purifier in St. Petersburg in the official online store - URL: [https:// aeros.su](https://aeros.su) (date of application: 02/04/2024).

8. Administration in hotel service (hospitality) – online training course for beginners from scratch, professional retraining remotely - ANO "NIIDPO" – URL: [https:// niidpo.ru](https://niidpo.ru) (date of application: 02/04/2024).

9. Astels Certification, Standardization and Expertise Center URL: [https:// sertifikat.bz](https://sertifikat.bz). (date of application: 02/04/2024).

10. Poccom – development of digital systems for business. URL: <https://www.poccom.ru> (date of access: 02/04/2024).

УДК 338.48

Ермакова Жанна Анатольевна,

д. э. н., профессор,

Холодилина Юлия Евгеньевна,

к. э. н., доцент,

Полякова Ирина Леонидовна,

к. э. н., доцент,

Оренбургский государственный университет,

Оренбург, Россия

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА НА ЛОКАЛЬНОЙ ТЕРРИТОРИИ

Аннотация. Поиски альтернативных вариантов вовлечения ресурсов в туристский оборот является стратегической задачей для многих субъектов РФ. Направлениями активизации развития туристской деятельности выступают специализированные виды туризма. Одним из менее изученных, но обладающим значимым синергетическим эффектом для социально-экономического развития региона является медицинский туризм.

Изучение условий формирования и развития медицинского туризма, а также определение особенностей взаимодействия субъектов медицинского туризма является актуальным вопросом как с позиции теории, так и практической туристской деятельности.

Сегодня является актуальным вопрос развития специализированных видов туризма, среди которых новым и менее изученным, как с теоретической, так и практической стороны, является медицинский туризм. Изучения медицинского туризма интересно по ряду причин:

– во-первых, в соответствии с указом В. В. Путина от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» (Федеральный проект «Развитие экспорта медицинских услуг») одним из основных показателей является количество пролеченных иностранных граждан [1];

– во-вторых, по прогнозам экспертов, к 2027 году объем глобального рынка индустрии медицинского туризма достигнет 56 млрд долларов США [2].

Таким образом, в настоящее время, медицинский туризм рассматривается как перспективное направление в стратегии развития государства, позволяющее достичь мультипликативный эффект в сферах здравоохранения, туризма, транспорта и пр.

Медицинский туризм стоит рассматривать как самостоятельный и специализированный вид туризма, предполагающий временный выезд с постоянного места проживания с целью получения того или иного вида медицинских услуг высокого уровня по доступной цене [3].

Основными мотивами совершения поездок с целью медицинского туризма с позиции туриста выступают качество и цена медицинских услуг.

На рисунке ниже представлен организационный механизм развития медицинского туризма на локальной территории.

В качестве локальной территории может быть рассмотрен отдельный субъект РФ или совокупность нескольких субъектов РФ, объединенных географическим, социальным или экономическим признаками (например, федеральные округа).

Основой организационного механизма развития медицинского туризма являются ресурсы, представленные:

1. Медицинским учреждением (больница, клиника, госпиталь, диспансер и пр.), которое будет выступать основным объектом туристского интереса «медицинского» туриста. В большинстве случаев данное медицинское учреждение будет профильным с узкой специализацией (например, сердечно-сосудистый центр; онкологический центр; урологический центр и пр.). На базе данного учреждения будет осуществляться основное обслуживание «медицинского» туриста.

2. Предприятия индустрии сервиса и гостеприимства, которые включают в себя средства размещения, предприятия питания, транспортные компании, экскурсионные бюро, учреждения спорта, культуры и прочие специализированные сервисные организации. На базе данных организаций и учреждений будет осуществляться предоставление преимущественно дополнительных услуг (например, размещение туриста в гостинице до и после госпитализации; экскурсионное обслуживание «медицинского» туриста в период реабилитации или диагностического обследования и пр.).

3. Одним из ключевых элементов механизма развития медицинского туризма на локальной территории выступает оператор медицинского туризма, осуществляющий формирование туристского продукта (из отдельных медицинских и сервисных услуг), продвижение медицинского туризма и его продуктов на внутренних и внешних рынках, а также реализацию туристского продукта конечному потребителю – «медицинского» туристу. Оператор медицинского туризма – это организация, работающая под индивидуальный запрос каждого туриста и обеспечивающая качественное и надлежащее исполнение услуг на всех этапах потребления туристского продукта (подбор; бронирование; продажа; реализация; сопровождение; работа с возражениями и пр.). Оператор медицинского туризма – это, по сути, туристский оператор, который имеет необходимые компетенции для организации и работы по специализированному направлению туризма, в частности, медицинскому туризму, поскольку вопросы, связанные с обеспечением оперативного и качественного взаимодействия между медицинским учреждением и «медицинским» туристом, обеспечивает именно данный оператор (подготовка медицинской документации; составление индивидуального плана лечения; получение официального приглашения на лечение; паспортно-визовые формальности; расчет с медицинским учреждением и пр.).

Оператор медицинского туризма для формирования туристского продукта должен, как и любой туристический оператор, иметь заключенные договоры с поставщиками отдельных сервисных и туристских услуг (средства размещения, предприятия питания, транспортные компании и пр.). Реализация и продвижение туристского продукта возможна в соответствии с несколькими вариантами:

1. Внутренний туризм:

а) реализация туристского продукта через посредников, в частности туристских агентств на основе договора. Такая схема наиболее оптимальна для территорий с низким спросом на услуги медицинского туризма и наличием организационных сложностей и барьеров при реализации туристского продукта по данному виду туризма (например, отсутствие прямого сообщения между территорией поставщиком туристов и территорией реализации медицинского туризма);

б) реализация туристского продукта по средствам формирования официального представителя оператора медицинского туризма на территории спроса на медицинский туризм. Такая схема характерна для территорий с высоким туристским спросом на медицинский туризм, отсутствие организационных барьеров.

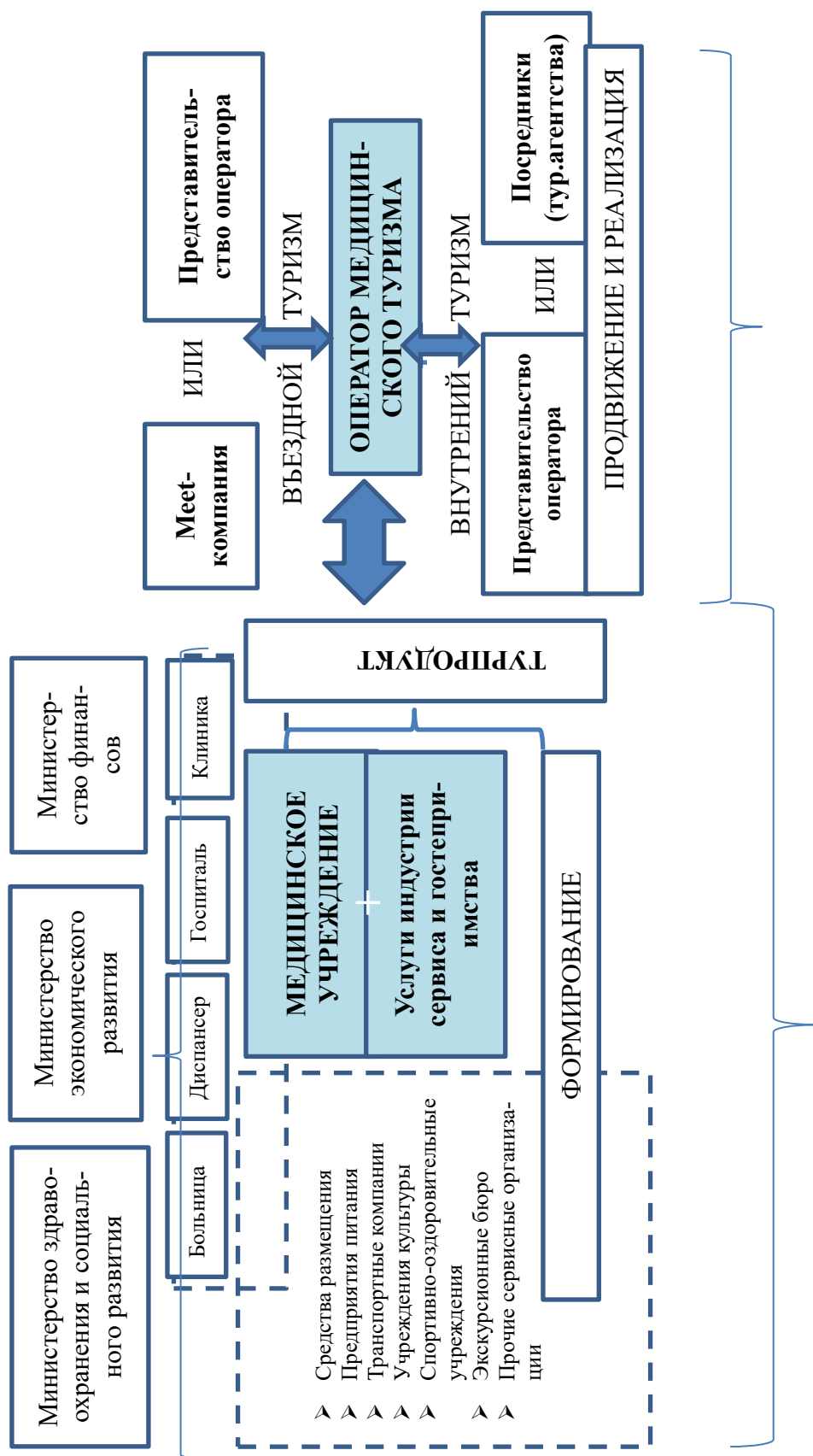


Рис. 1. Организационный механизм развития медицинского туризма на локальной территории

2. Въездной туризм:

а) формирование официального представителя оператора медицинского туризма на территории повышенного спроса на услуги медицинского туризма. Представитель оператора полностью реализует весь цикл работы с туристом (от выявления потребностей до постпродажного обслуживания). Такая схема является оптимальной при следующих условиях:

- наличие высокого и устойчивого спроса на территории размещения представительства оператора;

- наличие партнерских отношений между страной формирования спроса и страной предложения медицинских услуг (международные расчеты; визовые формальности; таможенные формальности и пр.)

- оператор медицинского туризма обладает значительными финансовыми, кадровыми, материальными, информационными ресурсами для создания представительства.

б) реализация туристского продукта через meet-компанию, то есть работа через туроператора выездного туризма, функционирующего на территории спроса на медицинский туризм и обеспечивающую продвижение, продажу и доставку туриста к месту реализации туристского продукта медицинского туризма. Такая схема является оптимальной для оператора медицинского туризма, не имеющего достаточных ресурсов для продвижения своих услуг за рубежом и территорий, на которых спрос на медицинский туризм является ограниченным.

Для эффективного развития медицинского туризма необходимо использование современных инструментов, в частности:

- информационно-технических – разработка платформы (агрегатора) позволяющего оперативно и в кратчайшие сроки обрабатывать запрос потенциального «медицинского» туриста и формировать пакет услуг под конкретный запрос;

- маркетинговые – современная система продвижения медицинского туризма как продукта и формирование положительного образа системы здравоохранения на внешнем и внутреннем рынках;

- организационно-управленческие – формирование сети медицинских учреждений, вовлеченных в туристский оборот и специализирующихся на экспорте услуг, поскольку одно медицинское учреждение не способно самостоятельно формировать систему качественного обслуживания «медицинских» туристов, продвигать свои услуги на рынке и пр.;

- финансовые – для активизации развития внутреннего медицинского туризма возможно применение и использование элементов социального туризма (квоты; программы; льготы и пр.).

Анализ ресурсного потенциала локальной территории и определение базовых условий развития медицинского туризма являются начальными этапами становления и формирования системы медицинского туризма. Развитие медицинского туризма должно осуществляться комплексно и системно, при участии органов власти и частных инвесторов, с привлечением представителей индустрии туризма и гостеприимства, учреждений культуры, спортивно-оздоровительных и прочих сервисных организаций.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года».

2. Нестеренко, Е. С. Особенности развития медицинского туризма в Российской Федерации / Е. С. Нестеренко, И. Н. Примышев // Геополитика и экогеодинамика регионов. Том 7(17). Вып. 2. 2021 г. С. 266–275.

3. Кочкурова, Е.А. Региональные проблемы организации экспорта медицинских услуг и развития медицинского туризма / Е. А. Кочкурова, О. Л. Васильева, В. А. Носкова, А. С. Кочуров // Человек. Спорт. Медицина. 2023. Т. 23, № S1. С. 188–194.

Zhanna Anatolyevna Ermakova,
Doctor of Economics, Professor,
Julia Evgenievna Kholodilina,
Ph.D., Associate Professor,
Irina Leonidovna Polyakova,
Ph.D., Associate Professor
FSBEI HE «Orenburg State University»
Orenburg, Russia

ORGANIZATIONAL MECHANISM FOR THE DEVELOPMENT OF MEDICAL TOURISM IN THE LOCAL TERRITORY

Abstract. The search for alternative options for involving resources in tourism is a strategic task for many constituent entities of the Russian Federation. The areas of intensification of the development of tourist activities are specialized types of tourism. One of the less studied, but having a significant synergistic effect for the socio-economic development of the region is medical tourism. The study of the conditions for the formation and development of medical tourism, as well as the determination of the peculiarities of the interaction of medical tourism subjects, is relevant issues both from the standpoint of theory and practical tourism activities.

References

1. Decree of the President of the Russian Federation of 07.05.2024 No. 309 «On the national development goals of the Russian Federation for the period up to 2030 and for the future until 2036».
2. Nesterenko, E. S. Features of the development of medical tourism in the Russian Federation/E. S. Nesterenko, I. N. Primyshev // Geopolitics and ecogeodynamics of the regions. Volume 7 (17). No. 2. 2021 Pp. 266–275.
3. Kochkurova, E.A. Regional problems of organizing the export of medical services and the development of medical tourism/E.A. Kochkurova, O.L. Vasilyeva, V.A. Noskova, A.S. Kochkurov // Man. Sports. Medicine. 2023. VOL. 23, № S1. S. 188–194.

УДК 338.48

Холопова Виктория Вадимовна,
студент,
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, Россия

ТУРИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НА ПРИМЕРЕ МАЛЫХ ГОРОДОВ РОССИИ

Аннотация. В статье рассматривается развитие и деятельности устойчивого туризма в малых городах России, не превышающих отметки в 50 000 жителей, затронуты основные статистические данные по малым городам и туристическому потоку в них. Приведены конкретные примеры рассматриваемых малых городов с упоминанием их уникальности, привлекающей путешественников, а также обзором наиболее релевантных к посещению туристами территорий. Освящена необходимость внедрения и развития туризма в контексте устойчивости, как элемента экономики, популяризации и всестороннего функционирования подобных территориальных местностей.

Одним из наиболее важных источников дохода и подавления безработицы в контексте современных общемировых рынков выделяют туристический сектор, который, в свою очередь, тесно связан с социальным, экономическим и устойчивым благополучием многих стран и их территорий. Согласно Всемирной туристской организации, под устойчивым туризмом понимается «туризм, в полной мере обеспечивающий учет его нынешних и будущих экономических,

социальных и экологических последствий при удовлетворении потребностей туристов, индустрии туризма, окружающей среды и принимающих общин» [1]. Устойчивыми особенностями принято считать охрану окружающей среды, а также экономическое и социально-культурное развитие туризма, которые функционируя в равновесии и стойкости, способны гарантировать устойчивость туризма в долгосрочном аспекте. К тому же нормы и практику управления устойчивым, а также следования упомянутым принципам доступны к применению как массовому, так и нишевому туристскому сегменту, а также осуществим ко всем типам направлений рекреации.

В I квартале 2024 г. рынок туризма в России достиг почти 1,22 трлн рублей, что означает рост в 53 % по аналогии с тем же периодом в предыдущем году, когда оборот составил 794 млрд руб., согласно данным Росстата. Внутренний турпоток в России по итогам 2023 г. вырос на 20 % до 78 млн поездок, по данным Российского союза туриндустрии (РСТ) [2]. Тем не менее основными видами туризма, предпочитаемыми туристами в этом и предыдущем году событийный, деловой, промышленный, гастро и автотуризм, а экология и устойчивость при выборе турпродукта занимают все более важное место при выборе направления отдыха и пользования его услугами.

Остановившись на данных по переписи населения за 2020 год, необходимо отметить, что почти 72 % или 801 из 1 118 городов России являлись малыми городами. Вне зависимости от их расположения, они подвергаются значительному количеству барьеров, к которым относятся экономические, демографические, экологические и инфраструктурные, которые в той или иной степени сдерживают должное развитие туризма в городах в связи ограниченностью ресурсов для продвижения турпродукта и позиционирования территории на туристских рынках. Несмотря на имеющиеся проблемы, лежащие на пути становления устойчивого туризма на территориях малых городов, стабильное преобладание малых городов в разрезе городских поселений имеет географическое обоснование особенностей отечественных земель, в связи с чем подобные города имеют тесную связь с территориями сельского значения и являются важными звеньями в хозяйственных связях крупных городов, образуя тем самым своеобразную упорядоченность городов, без чего невозможен эффективное распространения социальных и культурных практик [3]. Однако наличие успешных примеров динамичного развития малых городов в сфере туризма подчеркивают возможность становления даже небольших и малоизвестных туристских дестинаций на арене внутреннего туризма. К таким примерам принято относить города, расположенные по маршруту «Золотого кольца», – Суздаль, Плес, Углич, малые города Ленинградской области – Выборг, Сосновый бор, а также курортные города – Старая Русса, Кашин, Белокуриха и другие. Так, турпоток в Суздаль по итогам 2023 года составил 2 млн человек, а популярность Выборга и его области, как туристического направления увеличилась почти на 50 % и достигла, на аналогичный период, более миллиона трехсот тысяч туристов и экскурсантов.

Говоря о малых городах, которые еще не тронуты туристами или задействованы относительно мало в сфере туризма, необходимо обозначить, что практически каждый подобный город имеет потенциал для своего устойчивого развития и привлечения туристов из-за рубежа и других регионов России. В частности, их мощь заключается в уюте, атмосфере, отдыхе от суеты в шумных мегаполисах, культурном обогащении посредством прогулок по старинным улочкам, знакомстве с аутентичной архитектурой богатой историей, тем самым обеспечивая приток туристов.

Город Шуя, в котором сохранились дореволюционные усадьбы, купеческие дома и старинные храмы, побил рекорд по посещениям туристами благодаря празднованию православного рождества в 200 тысяч человек. Все объекты показа в городе находятся в шаговой доступности друг от друга, курсирует специальный туристический автобус, а световая инсталляция Спасского собора, построенного в 1940 году, является основной рождественской достопримечательностью, из-за чего приезжие, в основном из Ивановской области, направляются в Шую [4].

Гурьевск, как город с огромным потенциалом для развития туризма, расположенный в Калининградской области, на сегодняшний момент не обладает статистическими данными о турпотоке, однако на территории округа находится более 70 объектов культурного наследия, 45 из которых, включены в Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, имеющих общемировое значение и представляющих интересы для России, и мира в целом как объекты культурно-историче-

ского наследия, так и объекты туристического показа. Уникальна по-своему и природная составляющая города, славящаяся редкими польдерными землями, и распложенным на них мелиоративным каналом Западный, ценными участками лесного фонда Калининградской области, имеющими научно-историческое и природное значение, что раскрывает возможности города не только в культурно-познавательном виде туризма, но и в активном, экологическом и устойчивом.

Вологодская область, в свою очередь, предлагает туристам город Тотьма, который расположен на левом берегу реки Сухоны, и славится своими храмами. Тотемский округ занимает 6 место по общему посетительскому потоку в рейтинге муниципальных образований области, согласно результатам, за 2023 год, где упомянуто 140 тысяч прибытий с целью туризма в городе и прилегающей области. В частности, путешественники выбирают Тотьму как точку своего пути в рамках туризма с целью культурного обогащения, посещения конкретных локальных мероприятий, делового взаимодействия с регионом, активного отдыха, приобщению обучающихся к особенностям менталитета и их обычаям, а также участия в сельском туризме и поддержке местного сообщества. [5]

Чекалин – самый маленький город России, согласно данным о численности в 935 человек на 2021 год, расположился на границе Тульской и Калужской областях, практически целиком прилегает к левому берегу Оки. Однако только за первые 6 месяцев 2022 года Чекалин посетили более 10 тысяч человек, что говорит о превышении посещений туристами, по сравнению с количеством жителей, в 10 раз. Здесь сохранились старые постройки, храмы, добрые люди, которые всегда готовы рассказать о малой родине, а также тишина и уют, которых так часто не хватает в мегаполисах. Малый город имеет огромный туристский потенциал в сфере культурно-познавательного и сельского видов туризма благодаря уникальной истории, старинным постройкам и богатству природы. [6]

Каждый малый город России, вне зависимости от уровня его посещения, обладает различными ресурсами для привлечения, удержания и обаяния туристов. Так, большинство малых городов расположены близ деревень или поселков и, значит, могут стать центрами агротуризма, а их небольшая численность населения дает возможность туристам не только исследовать новую местность, познакомиться с местными жителями и их культурой, приобщиться к местному производству, но и отдохнуть как физически, так и морально вдали от городской суеты и шума. А статистика об увеличении влияния такой тенденции, как «тихий» или размеренный туризм до 10 % только подтверждает потенциал малых городов для развития устойчивости и туризма [7]. Таким образом, туризм в контексте устойчивости как никогда важен для подобных территорий, которые своими силами пока не могут обладать высоким уровнем развития и интереса для большей доли путешественников. Устойчивый туризм в случае с малыми городами может обеспечить не только повышение узнаваемости местности и ее развитие в сфере гостеприимства, но и обеспечить экономический прирост за счет расходов туристов, помочь внедрить или распространить местное производство, развить экологичность территорий, продвинуть локальные продукты и услуги на общий туристический рынок, а также освятить важность комплексного и равного развития регионов страны.

Viktoriya Vadimovna Kholopova,
student,

Financial University under the Government of the Russian Federation

TOURISM AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT ON THE EXAMPLE OF SMALL TOWNS IN RUSSIA

Abstract. The article examines the development and activities of sustainable tourism in small towns of Russia, not exceeding the mark of 50,000 inhabitants, touches on the main statistical data on small towns and the tourist flow in them. Specific examples of the small towns under consideration are given, mentioning their uniqueness, which attracts travelers, as well as an overview of the most relevant territories for tourists to visit. The necessity of introducing and developing tourism in the context of sustainability as an element of the economy, popularization and comprehensive functioning of such territorial areas is consecrated.

Чернышева Татьяна Николаевна,

к. г. н, доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Набережные Челны, Россия,

Удалов Николай Васильевич,

к. филос. н, доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Набережные Челны, Россия

ВОДНЫЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. В работе дается характеристика водных ресурсов Республики Татарстан и оценивается использование рек и водохранилищ в водном туризме, дается историческая ретроспектива использования рек Волги, Камы и Вятки в речных перевозках и путешествиях. Республика обладает достаточными возможностями для развития водных видов туризма, что позволяет рассмотреть возможные направления его совершенствования.

Водные ресурсы оказывают значительное влияние на все компоненты природного комплекса и производственно-экономических систем. Не только климат, состав растительности и почва, но и отраслевая структура экономики, а также социально-культурные традиции, в определенной мере, определяются составом и структурой водных ресурсов региона.

Влияние водных ресурсов на туризм весьма разнообразно – от непосредственной рекреации на воде или берегу, до фактора, определяющего возможность использования территории под туристскую инфраструктуру.

Возможности республики Татарстан в сфере использования водных ресурсов достаточно велики, так как имеются разные виды водоемов и водотоков.

По территории республики протекают крупные реки – Волга, самая протяженная и водная в Европе, Кама, третья среди европейских рек по длине и объему стока, Вятка и Белая (см. табл. 1).

Таблица 1

Крупнейшие реки РТ

Река	Длина, км	Протяженность в пределах РТ, км
Волга	3531	177
Кама	1805	380
Вятка	1314	60
Белая	1430	50

Вся речная сеть республики принадлежит бассейну р. Волги – это 4 098 рек, 89,9 % которых имеют длину менее 10 км [1].

Реки Татарстана имеют смешанный тип питания и характеризуются высоким весенним половодьем и летне-осенней и зимней меженью, которые могут прерываться дождевыми паводками [2].

Всех искусственных водоемов (водохранилища, пруды, обводненные карьеры в республике – 5 929 единиц, что составляет 16 % всех водных объектов и занимают площадь 3 683,23 км² [2].

В целях регулирования стока, производства электроэнергии и обеспечения промышленных предприятий и нефтепромыслов в республике созданы четыре крупных водохранилища (табл. 2).

Крупнейшие водохранилища РТ

Водохранилище	Год создания	Река	Площадь водного зеркала, тыс. км ²	Объем, км ³	Средняя глубина, м
Нижекамское	1979	Кама	1,08	2,9	3,3
Куйбышевское	1955	Волга	6,15	57,3	9,3
Заинское	1963	Степной Зай	0,016	0,063	3,1
Карабашское	1957	Бугульминский Зай	0,0759	0,0524	7,2

Большую роль в гидрографии республики играют озера – их 11 975, в основной массе 83 % – пойменно-старичные. Имеются также карстовые – 16 % и суффозионно-карстовые – 1 % [2].

В целом возможности для развития разнообразных видов водного туризма в республике имеются, и некоторые направления даже широко представлены: пляжный отдых, речные круизы, парусный спорт, сплавы, разнообразные виды туризма краеведческой направленности. С водой связан и популярный вид отдыха – рыбалка. Однако развитие этих видов туризма идет медленными темпами и не успевает за потребностями, что снижает туристскую привлекательность территории республики.

Однако в прошлом речной транспорт на Волге, Каме и Вятке использовался активно для путешествий. Так, в работе известного этнографа Д. Зеленина «Кама и Вятка: путеводитель и этнографическое описание Прикамского края», вышедшей в свет в 1904 году, указывается, что из Нижнего в Пермь ежедневно – утром и вечером – отправляются пароходы. По ходу движения делают 27 стоянок, среди которых Казань, Чистополь, Елабуга, Челны, Сарапул. Пароходы на Вятку также отправляются ежедневно из Нижнего Новгорода и из Казани. Указывается, что все пассажирские пароходы освещаются электричеством, на них имеются буфеты, библиотеки и аптечки, а приход и отход пароходов на конечных пунктах согласованы с расписанием поездов [3].

В настоящее время речные поездки по Каме, и особенно по Вятке развиты слабо. Так на линии Набережные Челны – Соколка работает один теплоход М-8 (речной трамвайчик) – один рейс в сутки.

Круизы по Каме начинают пользоваться популярностью. За навигацию 2023 г. в Пермь 34 круизных судна заходили 195 раз, количество круизеров составило около 50 тысяч человек. 12 круизных туроператоров включили Пермь в расписание стоянок [4].

В навигацию 2025 на Каме будут работать 51 круизное судно, в том числе 3 судна уровня люкс («Мустай Карим», «Волга Дрим», «Россия»), 7 уровня премиум [5]. Основные остановки судов на Каме: Чистополь, Нижекамск, Елабуга, Сарапул, Пермь. Но в Набережных Челнах круизные суда не останавливаются (нет дебаркадера, речной вокзал не действует).

На Вятку вверх по течению заходят только в конце апреля – начале мая (до Вятских Полян, максимум до Уржума).

Инфраструктура пляжного отдыха в республике развита слабо, несмотря на наличие большого количества водоемов и рек. Оборудованных и соответствующих санитарным требованиям и требованиям безопасности пляжей в республике мало и основная их часть приходится на Казань. Летом 2023 г. в республике было 56 официальных пляжей, зарегистрированных отделом безопасности людей на водных объектах Главного управления МЧС России по РТ. Купание на малых реках, прудах и других водоемах сопряжено с проблемами в первую очередь безопасности. Так, в 2023 году в республике утонуло в течение купального сезона 53 человека, в том числе 6 детей [6].

Ряд рек в республике подходит для сплава на катамаранах, лодках, плотках. Самодеятельные туристы сплавляются по рекам Предкамья – Вятка, Тойма; Закамья – Зай, Ик.

Отрадно, что в последние годы в республике обратили внимание на слабое использование возможностей республики в развитии водного туризма. Разработан и начал реализацию

проект «Казань марина» на территории Лаишевского района, выделяются средства на благоустройство береговой линии и пляжей (173,6 млн рублей в 2023 году), создана новая судоходная компания АО «Флот РТ», были проведены тестовые рейсы судов из Казани до Ульяновска и Сарапула.

Ниже рассмотрим ряд причин, которые затормаживают развитие водного туризма:

- недостаточный уровень финансирования, направленного на развитие водного туризма (отсутствия приемлемого уровня речного транспорта, нехватка и отсутствие отдельных видов судов, отсутствие за последние десятилетия дноуглубительных работ, особенно на Вятке, плохое развитие туристской инфраструктуры по берегам рек и озер);

- отсутствие береговой рекреационной зоны на реке Волга в г. Казань;

- слабое информационное обеспечение самостоятельного туризма (достойных путеводителей по рекам просто нет);

- водный туризм не нашел своего отражения на официальном сайте Государственного комитета РТ по туризму;

- проблемы с развитием пляжных зон и береговых рекреационных территорий.

Решение всех этих проблем требует в первую очередь разработки комплексной программы развития водного туризма в республике и последовательной, поэтапной его реализации.

Список литературы

1. Нижнекамское водохранилище [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tatarmeteo.ru/ru/gidrologiya/dannye-po-nizhnekamskomu-vodoxranilishhu.html>
2. Государственный доклад о состоянии природных ресурсов и об охране окружающей среды [Электронный ресурс]. – URL: <https://eco.tatarstan.ru/gosdoklad-2023.htm>
3. Зеленин, Д. Кама и Вятка: путеводитель и этнографическое описание Прикамского края. – Юрьев, 1904. – 180 с.
4. В Перми подводят итоги круизной навигации 2023 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://properm.ru/news/2023-10-16/stalo-izvestno-skolko-i-otkuda-turistov-pribylo-v-prikamie-po-kame-v-etom-godu-30711815>
5. Лучшие теплоходы для речного отдыха [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.hometravel.ru/kruiz/select/luchshie-teplohodi-po-kame.shtml?ysclid=m3zelnylg5833440694>
6. В Татарстане за купальный сезон утонули 53 человека [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.businessgazeta.ru/news/606102?ysclid=m3yylip1qe897977096>

Tatiana Nikolaevna Chernysheva,

Cand. Sc. Geography, Associate Professor

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,

Naberezhnye Chelny, Russia

Nikolay Vasilyevich Udalov,

Ph.D., Associate Professor

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov ,

Naberezhnye Chelny, Russia

WATER TOURISM IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN: OPPORTUNITIES AND PROSPECTS

Abstract. The paper describes the water resources of the Republic of Tatarstan and evaluates the use of rivers and reservoirs in water tourism, gives a historical retrospective of the use of the Volga, Kama and Vyatka rivers in river transportation and travel. The Republic has sufficient opportunities for the development of water tourism, which allows us to consider possible directions for its improvement.

References

1. Nizhnekamsk Reservoir. - [Electronic resource] - Access mode: <https://www.tatarme-teo.ru/ru/gidrologiya/dannye-po-nizhnekamskomu-vodoxranilishhu.html>, free.
2. State report on the state of natural resources and environmental protection. - [Electronic resource] - Access mode: <https://eco.tatarstan.ru/gosdoklad-2023.htm>, free.
3. Zelenin, D. Kama and Vyatka: a guide and ethnographic description of the Kama region. - Yuryev, 1904. - 180 p.
4. Perm sums up the results of cruise navigation in 2023. - [Electronic resource] - Access mode: <https://properm.ru/news/2023-10-16/stalo-izvestno-skolko-i-otkuda-turistov-pribylo-v-prikamie-po-kame-v-etom-godu-30711815>, free.
5. The best motor ships for river recreation. - [Electronic resource] - Access mode: <https://www.hometravel.ru/kruiz/select/luchshie-teplohodi-po-kame.shtml?ysclid=m3zel-nylg5833440694>, free.
6. 53 people drowned in Tatarstan during the swimming season. - [Electronic resource] – Access mode: <https://www.businessgazeta.ru/news/606102?ysclid=m3yyliplqe897977096>, free.

УДК 379.841

Шадрина Валерия Олеговна,

студент,

Югорский государственный университет,

Ханты-Мансийск, Россия

СОБЫТИЕ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ХАНТЫ-МАНСЕЙСКА

Аннотация. В данной статье я рассматриваю состояние событийного туризма на сегодняшний день и перспективы развития данного вида туризма на территории города Ханты-Мансийска, а также влияние события в целом на развития туризма. Я провожу анализ основных направлений и возможностей для привлечения туристов с целью поездок на массовые мероприятия, которые в последующем повышают туристскую привлекательность города и его узнаваемость.

В настоящее время туризм динамично развивается, и это развитие поддерживается со стороны Правительства Российской Федерации, а при этом развитие идет во всех направлениях и видах. Также туризм в России играет особую роль, так как несет свой значимый вклад в экономику страны. Событийный туризм, в свою же очередь, привлекает большую массу туристов в регион и в сам город. В своей статье я подробно изучаю влияние события и событийного туризма, в частности, на туристский поток, то есть на увеличение туристского потока, а также на повышение привлекательности города Ханты-Мансийска для туристов.

Событийный туризм – вид туризма, который направлен на посещение мест дестинации, не являющимися местом постоянного проживания с целью участия в массовых спортивных, развлекательных и культурных мероприятиях. Данный вид туризма привлекает все больше внимания к себе со стороны туристов тем, что сочетает в себе спортивные, развлекательные и культурные направления мероприятий, а также благодаря насыщенности программы. Событийный туризм развит на территории Ханты-Мансийска и значительно повышает туристский поток в город. Это связано с тем, что Ханты-Мансийск является огромной площадкой для проведения столь массовых мероприятий различного типа. Также у Югры есть свой календарь событий, в который включены и событийные мероприятия, которые будут проходить на территории Ханты-Мансийска в течение года. Данный календарь составляется каждый год и находится в открытом доступе, то есть в сети интернет. Им могут свободно воспользоваться туристы с целью выбора мероприятия, которое хотят посетить. [1; 2; 3]

Из массовых мероприятий, которые проходили на территории города совсем недавно, можно выделить два форума. «Международный водный форум 2024» проходил с 15 по 17 ноября. На форуме обсуждали вопросы, которые касались экологии и водных ресурсов Обь-Иртышского бассейна. Еще один форум – «Югорский экономический форум 2024». Целью форума является обмен новейшими идеями и решениями, которые способствуют развитию округа. Проходил форум с 18 по 21 ноября. Около 1 500 человек приняли участие в дискуссиях, число которых насчитывалось около шестидесяти, а также в стратегических сессиях и встречах на различные тематики, касаемо экономического развития нашей страны и ее регионов. Эти мероприятия собрали на своих площадках туристов с ближайших городов и областей взрослого возраста, но также присутствовали и дети школьного возраста. Например, на «Международном водном форуме» они присутствовали целыми школьными делегациями, которые приехали под руководством педагогов из ближайших к Ханты-Мансийску городов. А также на форумах присутствовали делегации не только из других областей, но и из других, соседствующих с нашей страной стран, с которыми Российская Федерация ведет партнерские и дружеские отношения. Эти форумы собрали большое количество людей, небезразличных и интересующихся достижениями и проблемами современной России и ее регионов. [4; 5; 6]

Ханты-Мансийск выбирают площадкой для проведения крупных концертов, которые привлекают, как молодежную аудиторию, так и взрослых семейных людей. Из таких мероприятий, которые проходили относительно недавно, можно назвать, концерт исполнителя Басты (Василия Вакуленко) и концерт музыкальной группы «Руки вверх» (Сергея Жукова). Концерты получились довольно массовыми, так как собрали на своих площадках огромную аудиторию. Это можно было заметить, даже проезжая мимо площадки проведения, а именно мимо «Центра развития теннисного спорта». Проходя или проезжая мимо, люди видели огромную очередь, которая собралась еще за 2-3 часа до концерта и стояла вплоть до самого начала. Мне выпала возможность пообщаться с посетителями массового мероприятия, а именно концерта «Руки вверх» перед его началом. Сделала я это с целью, чтобы узнать, откуда приехали люди на данный концерт. Оказалось, что множество людей приехали из таких городов, как Югорск и Советский, Нягань и Сургут, а также из ближайшей Свердловской области. Приезжают они не только, чтобы посетить концерт, но и остаются в городе на пару дней. Данные мероприятия, как концерты, которые привлекают различные целевые аудитории, пребывающие на территорию города в качестве туристов на несколько дней, способствуют повышению туристкой привлекательности города и привлечению значительного туристского потока.

Также к событийному туризму можно отнести мероприятия, которые проводятся ежегодно и, как выше нами описанные мероприятия, привлекают поток туристов на несколько дней из ближайших городов и областей. Например, фестиваль «Дух огня». Данный фестиваль проводится на территории города с 2003 года и имеет статус международного фестиваля. Целью этого фестиваля является популяризация российского кино и представление молодых режиссеров, также каждый год для данного фестиваля выбирают определенную тематику, которой должны соответствовать работы режиссеров для принятия участия в фестивале. Еще один фестиваль, который также проводится ежегодно и имеет статус международного – фестиваль культуры фино-угорских народов «Живущие по Солнцу». Он является творческим фестивалем и часто проводится в формате гала-концерта. На фестивали, которые мы указали выше, собираются люди, проживающие даже довольно далеко от Ханты-Мансийского автономного округа. Приезжают издалека не только в качестве участников, но и многие приезжают в качестве зрителей или поддержки для своих близких или друзей, а также с целью поддержать своих земляков [7; 8].

Одно из массовых событийных мероприятий, которое тоже проводится ежегодно на территории Ханты-Мансийска, – биатлон. У нас в стране множество фанатов российского спорта, в частности биатлона. Множество людей хотели бы вживую посмотреть на звезд российского спорта, которые добились и до сих пор добиваются больших высот в сфере деятельности, которую выбрали для себя. Огромное количество зрителей съезжаются из соседних областей и городов, и это если не брать в статистику самих спортсменов, а также сотрудников медиасферы (новостные делегации), комментаторов мероприятия и судейство, которые следят

за правильностью проведения соревнований и их ходов, которые приезжают из Москвы и Московской области. Многие такие туристы приезжают ко дню начала соревнований и уезжают только в день их окончания, то есть срок пребывания их в городе Ханты-Мансийске может составлять около недели.

Благодаря развитию событийного туризма на территории города с каждым годом улучшаются, уже имеющиеся объекты инфраструктуры и строятся новые, так как необходимые площадки для проведения массовых событийных мероприятий, а также они должны быть обустроены так, чтобы посетители и участники мероприятий были доступны удобства, которые позволят удовлетворить потребности различного вида. Эти действия не могут не повышать привлекательность города для туристов. Нельзя не отметить, что такие событийные мероприятия, как хорошее дополнение к путешествию туристов, приехавших в Ханты-Мансийск, то есть посещение массового мероприятия можно включить в тур и предложить его туристам, как основной элемент развлекательной программы. Также этот вид туризма играет значимую роль для города Ханты-Мансийска, так как привлекает значительный поток туристов, которые задерживаются порой на несколько дней, посещая не только мероприятие, на которое непосредственно они прибыли, но и знакомятся с городом и его достопримечательностями. Это, в свою очередь, повышает узнаваемость города и его туристскую привлекательность. Также это гарантирует, что эти туристы вернутся снова и, в свою очередь, привлекут новых туристов, например, по средствам «сарафанного радио», ведь несмотря на век развития технологий, в котором мы сейчас живем, данный вид рекламы является одним из самых продуктивных. Событийный туризм на территории Ханты-Мансийска не останавливается в своем развитии и имеет большие перспективы для дальнейшего роста и привлечения все большего туристского потока на территории города. Усовершенствование, базы которая уже есть для данного вида туризма, а также и внедрение новых технологий, ну и конечно же, сотрудничество с региональными властями, позволит городу Ханты-Мансийску стать одним из ведущих в Российской Федерации в таком виде туризма, как событийный туризм.

Список литературы

1. Шевченко, В. И. Менеджмент событийного туризма : Учебное электронное пособие для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата и магистратуры «Туризм» / В. И. Шевченко, Н. В. Колесникова. – Петрозаводск : Петрозаводский государственный университет, 2018. – 41 с. – ISBN 978-5-8021-3281-4. – EDN: YOCVAL.
2. Донских С. В. Событийный туризм: учебно-методическое пособие. – Минск: РИПО, 2014. – 112 с.
3. Календарь событий Югры на 2024 год // официальный сайт. 2024 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://adm.gov86.org/files/2024/ekonomika/kalendar-sobytiy-yugry-na-2024-god.pdf> (дата обращения: 21.11.2024).
4. На водном форуме в Югре обсудили экологию Обь- Иртышского бассейна- РИА Новости // официальный сайт. 2024 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20241118/forum-1984460110.html> (дата обращения: 21.11.2024).
5. Состояние объектов Обь-Иртышского бассейна обсуждают на Водном форуме в Югре // официальный сайт. 2024 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.interfax-russia.ru/ural/news/sostoyanie-obektov-ob-irtyshskogo-basseyna-obsuzhdayut-na-vodnom-forume-v-yugre> (дата обращения: 21.11.2024).
6. Югорский экономический форум - ЮЭФ // официальный сайт. – 2024г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://uef.ugraforum.ru> (дата обращения 21.11.2024).
7. В Югре стартовали XIX и XX кинофестивали «Дух огня»: Правительство ХМАО-Югры // официальный сайт. – 2024 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://gov.admhmao.ru/vse-novosti/7110391> (дата обращения: 21.11.2024).
8. Международный фестиваль фино-угорских народов «Живущие по Солнцу» // официальный сайт. – 2024г. [Электронный ресурс] – URL: https://www.n-vartovsk.ru/inf/garmonizatsiya_mo/478269.html (дата обращения: 21.11.2024).

Shadrina Valeria Olegovna,
student,
Yugra State University,
Russia, Khanty-Mansiysk

THE EVENT AND IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF KHANTY- MANSIYSK

Abstract. In this article, i consider the current state of event tourism and the prospects for the development of this type of tourism in the city of Khanty- Mansiysk, as well as the impact of the event, in general, on the development of tourism. I am conducting an analysis of the main directions and opportunities for attracting tourism in order to travel to mass events, which subsequently increase the tourism attractiveness of city and it is recognition.

References

1. Event Tourism Management- 2018. - Shevchenko Vladimir Igorevich and Kolesnikova Natalia Vladislavovna (accessed 21/11/2024).
2. Event tourism- educational and methodological guide- 2014. Donskikh Sergey Vladimirovich (accessed 21/11/2024).
3. Calendar of Ugra events for 2024 // official website.- 2024[Electronic resource] – Access mode:// <https://adm.gov86.org/files/2024/ekonomika/kalendar-sobytiy-yugry-na-2024-god.pdf> (accessed 21/11/2024).
4. The ecology of the Ob- Irtysh basin was discussed at the Ugra Water Forum- RIA Novosti // official website. – 2024 [Electronic resource] – Access mode:// <https://ria.ru/20241118/forum-1984460110.html> (accessed 21/11/2024).
5. The state of the objects of the Ob- Irtysh basin is discussed at the Water Forum in Ugra // official website. - 2024[Electronic resource] – Access mode: <https://www.interfax-russia.ru/ural/news/sostoyanie-obektov-ob-irtyshskogo-basseyna-obsuzhdayut-na-vodnom-forume-v-yugre> (accessed 21/11/2024).
6. Yugra Economic Forum- YUEF // official website.- 2024[Electronic resource] – Access mode:// <https://uef.ugraforum.ru> (accessed 21/11/2024).
7. The XIX anf XX film festival “Spirit of Fire” have started in Ugra: Government of the Khanty- Mansiysk Autonomous Okrug // official website.- 2024[Electronic resource] – Access mode:// <https://gov.admhmao.ru/vse-novosti/7110391/>(accessed 21/11/2024).
8. International Festival of Fino- Ugric peoples “Living in the Sun” // official website.- 2024[Electronic resource] – Access mode:// https://www.n-vartovsk.ru/inf/garmonizatsiya_mo/478269.html (accessed 21/11/2024).

УДК 338.46

Штанчаева Марианна Руслановна

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова

СТУДЕНЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В ТАТАРСТАНЕ – ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. Понятие студенческого туризма для России не ново, но современность диктует новые условия для развития, которые требуют программного решения и значительной проработки вопроса. В статье рассматривается возможность участия Татарстана в федеральной программе «Студтуризм» с учетом имеющихся возможностей и ресурсов. Татарстан стабильно входит в топ-5 регионов России по числу туристов, но практически не представлен в студенческом туризме. Необходима широкая освещенность возможностей и перспектив, которые открываются для вузов при вступлении их в программу «Студтуризм».

Студенческий и молодежный туризм в настоящее время можно определить, как драйвер развития внутреннего туризма, который при должном внимании может существенно изменить картину туристских потоков внутри страны. Понятие молодежного туризма официально закреплено в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года». Согласно Стратегии «молодежный туризм – это туризм лиц в возрасте от 18 до 35 лет» [1]. Часто можно встретить мнение о равнозначности понятий студенческий и молодежный туризм, но различия между ними все же имеются. Молодежный туризм является более широким понятием и включает в себя студенческий туризм. Главная особенность студенческого туризма кроется в обязательном условии – путешественник должен быть студентом высшего учебного заведения и чаще всего их возраст ограничен рамками 17–24 года. Молодежный туризм имеет более широкую аудиторию, сюда уже могут включаться и семьи с детьми, если родители входят в эту возрастную категорию. Соответственно, их туристские предпочтения, ожидания и требования могут существенно отличаться от студенческих.

Студенческий туризм в настоящее время является перспективной отраслью молодежного туризма. Главная цель студенческого туризма – привлечь внимание подрастающего поколения к истории, культуре, географии, науке, туристским ресурсам России, способствовать укреплению патриотизма и способствовать профессиональному росту. Большое значение для развития студенческого туризма имеет федеральная программа «Студтуризм», которая была запущена в 2021 году и явилась ответом на вызов общества, в частности молодежи, к путешествиям по родной стране, готовности самостоятельно узнавать что-то новое. Целью программы является создание в России единого пространства для культурного, профессионального и личностного развития молодежи [3]. Суть программы «Студтуризм» заключается в предоставлении студентам возможности путешествовать, экономя на проживании, так как они пользуются средствами размещения учебных заведений, которые участвуют в программе туризма, а также получать неоценимые возможности знакомства с научными и образовательными площадками, возможности спланировать траекторию профессионального развития, обучения и карьерного роста. Студенческий туризм органично сочетается с научно-популярным туризмом. Для вузов развитие студенческого туризма является также интересной сферой деятельности, так как знакомство современных студентов с образовательной, научной, материально-технической базой может привлечь их к обучению в данном заведении. Поэтому в какой-то мере студенческий туризм может рассматриваться даже как профориентационный туризм.

На 2024 год в программе «Студтуризм» уже вошло более 230 университетов из 110 городов в 83 субъектах Российской Федерации. Республика Татарстан в настоящее время, к сожалению, представлена в программе слабо – два учебных заведения включены в эту программу: Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма (г. Казань) и Альметьевский государственный технологический университет «Высшая школа нефти» (г. Альметьевск), которые предоставляют услуги размещения в своих общежитиях. Эта ситуация не соответствует тому потенциалу развития студенческого туризма, который есть в Республике. Здесь расположены крупные профильные вузы различных отраслей промышленности. В Казани, которая носит негласный статус «столицы студенчества», расположено 25 вузов, в частности, такие, как Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева-КАИ, Казанский национальный исследовательский технологический университет, Казанский государственный медицинский университет и другие, а также ряд частных вузов, наиболее крупными из которых являются Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова, Институт управления «ТИСБИ» и др. Они обладают хорошей инфраструктурой, имеют собственные общежития, соответствующие всем современным требованиям молодых путешественников, могут предложить интересные событийные мероприятия. На базе каждого из вузов проводятся конференции и иные общественно-значимые мероприятия. Нельзя не отметить, что вуз, который участвует в программе «Студтуризм», сталкивается с рядом задач, которые ему необходимо решить для качественного участия. Среди них можно выделить следующие, которые видятся наиболее важными: организационные задачи по подготовке мест размещения,

разработка программ пребывания туристов с оптимальным включением их в текущий учебный процесс, подготовка научных лабораторий к посещению туристами, разработка экскурсионных программ с учетом потребностей туристов; сопровождение студентов-туристов по выбранным маршрутам и др. Но эффект, который получают вузы Казани, которые решат вступить в программу, будет гораздо выше затраченных усилий.

Подводя итог, можно сказать, что ключ к успеху программ студенческого туризма – широкоформатное сотрудничество, обмен студенческими группами между вузами и активное привлечение туристических организаций региона в это взаимодействие.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р (ред. от 23.11.2020) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».
2. Губин А. В. Проблемы развития молодежного туризма в России // Материалы XIV Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». URL: <https://scienceforum.ru/2022/article/2018029579> (дата обращения: 23.11.2024).
3. «Студтуризм» – путешествуй по России. Официальный сайт федеральной программы по развитию студенческого туризма. URL: <https://студтуризм.рф> (дата обращения: 23.11.2024).

Shtanchaeva Marianna Ruslanovna

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

STUDENT TOURISM IN TATARSTAN – POSSIBILITIES AND PROSPECTS

Abstract. The concept of student tourism is not new for Russia, but modernity dictates new conditions for development that require a program solution and significant elaboration of the issue. The article examines the possibility of Tatarstan's participation in the federal program «Studtourism» taking into account the existing opportunities and resources. Tatarstan is consistently among the top 5 regions of Russia in terms of the number of tourists but is practically not represented in student tourism. It is necessary to widely publicize the opportunities and prospects that open up for universities when they join the «Studtourism» program.

References

1. Order of the Government of the Russian Federation of September 20, 2019 N 2129-r (as amended on November 23, 2020) "On approval of the Strategy for the Development of Tourism in the Russian Federation for the period up to 2035".
2. Gubin A. V. Problems of Development of Youth Tourism in Russia // Proceedings of the XIV International Student Scientific Conference «Student Scientific Forum» URL: <https://scienceforum.ru/2022/article/2018029579> (date of access: November 23, 2024). URL: <https://rrpedagogy.ru/journal/article/3286>
3. «Student Tourism» - travel around Russia. Official website of the federal program for the development of student tourism. URL: <https://студтуризм.рф> (date of access: 23.11.2024).

Раздел II

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 338.242

Алиева Аминат Алиевна,
студент

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

Киченина Татьяна Николаевна,
к. э. н., доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия,

Хуснетдинова Сабина Рамилевна,
студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

НАЛОГОВЫЕ АСПЕКТЫ В УПРАВЛЕНИИ РЕСТОРАНОМ

Аннотация. В данной статье рассматриваются общие и специальные налоговые режимы, которые применяются организациями, их различия, достоинства и недостатки относительно разных условий и видов деятельности организаций, а также относительно их организационно-правовой формы бизнеса. Приведены примеры и причины, по которым различные организации могут выбрать определенную систему налогообложения для своего предприятия, а также какую лучше выбрать организационно-правовую форму и как она может повлиять на работу организации.

Выбор формы собственности значительно влияет на последующую систему налогообложения, так как системы налогообложения и, следовательно, ограничения и уплачиваемые налоги для них различаются. Общество с ограниченной ответственностью (далее – ООО) больше подходит тем организациям общественного питания, которым потребуется лицензия на продажу алкоголя, тогда как индивидуальный предприниматель (далее – ИП) ее получить не может и вынужден продавать напитки не крепче шести градусов. Также есть вариант открыть ИП для кафе, а для бара создать отдельно ООО с одним учредителем.

ООО имеет ряд преимуществ: учредителю не нужно лично отвечать по долгам, можно вести бизнес совместно и привлекать инвестиции. Но для ООО является обязательным регулярное ведение и сдача бухгалтерской отчетности, что многих отпугивает и подталкивает оформлять именно ИП.

Для ООО доступными налоговыми режимами являются: общий налоговый режим (далее – ОСН), а также упрощенная система налогообложения (далее – УСН).

При ОСН уплачиваются все налоги в соответствии с действующим налоговым законодательством.

Однако, если за предыдущий календарный год за каждые 3 последовательных календарных месяца доходы организации (не меньше 70 % которых при этом обязательно доход именно от услуг общепита) не превышают 2 млн рублей, то организация имеет право не уплачивать НДС.

Если используется УСН, уплачивается единый налог. Ставка налога будет зависеть от выбранного объекта налогообложения:

- «доходы, уменьшенные на величину расходов» – 15 %;
- «доходы» – 6 % [2].

При этом при открытии небольших кафе или ресторанов предприниматели все же чаще всего прибегают к оформлению ИП, так как это считается более простым и доступным способом из-за некоторых преимуществ:

- свободное распоряжение доходами;
- отсутствие обязательного ведения и сдачи бухгалтерской отчетности; штрафы за нарушения ниже, чем при ООО;
- менее сложная процедура регистрации;
- больше налоговых и других льгот от государства.

Для ИП добавляются еще страховые взносы за себя.

При упрощенной системе налогообложения во многих регионах действуют различные налоговые льготы. Благодаря им можно на некоторое время снизить налог до 1 %.

В отличие от ООО для ИП в качестве специальных налоговых режимов доступны также: налог на профессиональный доход и патентная система налогообложения (далее – ПСН) [3].

ПСН могут использовать при ведении бизнеса организации общественного питания. При этом существует ряд условий:

- 1) вид деятельности – организация, оказывающая услуги через объект общественного питания с площадью зала больше 150 квадратных метров патент получить не может;
- 2) количество сотрудников - можно нанять лишь не больше 15 человек;
- 3) каждый регион РФ устанавливает свои условия для получения патента, касаемые вида деятельности, стоимости патента и фиксируемой ставки налога;
- 4) годовой доход ИП не должен быть более 60 млн рублей. Если у организации больше одного патента, доход учитывается в сумме по всем направлениям;
- 5) ИП не имеет права привлекать к работе другие ИП и перекладывать все рабочие процессы на них, это запрещено.

Существуют значительные преимущества ПСН перед другими видами систем налогообложения:

- налог рассчитывается не по реальному доходу, а по потенциальному, который региональные власти рассчитывают самостоятельно и который может изменяться в зависимости от населенного пункта и даже от области расположения в нем.

- стоимость самого патента не зависит от потенциального дохода и вследствие не меняется;

- другие налоги ИП платить не нужно, за исключением некоторых случаев. Например, НДФЛ с дохода, не относящегося к патенту;

- заполнять и сдавать налоговую декларацию ИП при ПСН не нужно. Все, что требуется – это записывать все полученные доходы в книгу учета доходов ИП.

- ограничений по количеству и локальному расположению патентов для ИП нет, можно купить патенты в разных регионах для разных видов деятельности для одного и того же ИП, так же есть возможность совмещать ПСН и с другими спецрежимами, кроме АУСН и налога на профессиональный доход.

Налог на профессиональный доход (далее – НПД). Налоговые ставки могут при этом составлять:

- в случае работы с физическими лицами – 4 %;
- при сотрудничестве с другими ИП и организациями – 6 %.

Также ИП может не платить страховые взносы.

Но при этом есть и ограничения: не допускается нанимать сотрудников в штат, заниматься перепродажей товаров, оказывать услуги или выполнять работы по агентским договорам. Также общая сумма доходов за год не должна превышать сумму в 2,4 млн рублей.

Таким образом, у каждого налогового режима есть свои особенности и условия, исходя из которых они подходят организациям с разными видами деятельности. Стоит принять во внимание, что условия для перехода на тот или иной специальный налоговый режим могут меняться и обновляться, поэтому при определении налогового режима нужно учитывать последние его обновления.

Список литературы

1. Налоговый кодекс РФ. Часть первая: федеральный закон РФ от 31 июля 1998 г. (с последующими изм.) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1998. – №31. – Ст.3824.
2. URL: https://www.sberbank.ru/start/articles/rest/tax_regime
3. URL: <https://alfabank.ru/help/articles/sme/start/vybrat-vid-nalogooblozheniya-pri-registracii-ip-i-ooo>

Alieva Aminat Alievna,

Student,

Kazan Innovation University named after V.G. Timiryasov, Kazan, Russia,

Kichenina Tatyana Nikolaevna,

Ph.D., Associate Professor,

Kazan Innovation University named after V.G. Timiryasov Kazan, Russia,

Khusnetdinova Sabina Ramilevna,

student,

Kazan Innovation University named after V. G. Timiryasov Kazan, Russia

TAX ASPECTS IN RESTAURANT MANAGEMENT

References

1. Tax Code of the Russian Federation. Part One: Federal Law of the Russian Federation of July 31, 1998 (with subsequent amendments) // Collection of Legislation of the Russian Federation. – 1998. – No. 31. – Art. 3824.
2. https://www.sberbank.ru/start/articles/rest/tax_regime
3. <https://alfabank.ru/help/articles/sme/start/vybrat-vid-nalogooblozheniya-pri-registracii-ip-i-ooo>

УДК 330.341.42

Водолажская Екатерина Леонидовна,

д.э.н., доцент, завкаф. учета, анализа и аудита,

Салаватуллина Анастасия Романовна,

студент,

Бушуева Наталья Евгеньевна,

студент

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

ФАКТОРЫ РИСКОВ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ПУТИ ИХ СНИЖЕНИЯ

Аннотация. Субъекты малого и среднего предпринимательства (МСП) занимают важное место в развитии экономики страны. Для своего развития организации внедряют в рабочий процесс инновационные решения, позволяющие упрощать производство и ведение бизнес. Новшества всегда связаны с появлением факторов рисков, регулировать и минимизировать которые – важная задача организации. Например, для предприятий гостиничной сферы, где высокая конкуренция, инновации необходимы, но несут множество рисков. Многие ученые уже предлагают свои взгляды на решение проблемы рисков и пути их снижения.

В настоящее время (по состоянию на 10.09.2024) на территории Российской Федерации по данным Федеральной налоговой службы (ФНС), а именно информации из «Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства» [1], существует примерно 6,37 миллионов

субъектов малого и среднего предпринимательства. В этом числе наибольшая доля приходится на микропредприятия и имеет значение 6,12 миллионов субъектов, что соотносимо 96,64 % от общего количества, в свою очередь, малых предприятий чуть больше 228 тыс. (3,6 %), а средних – около 21 тыс. (0,33 %).

Для развития экономики государства очень важна инновационная деятельность, осуществляемая субъектами малого и среднего предпринимательства (МСП). Новые блага, продукты и услуги, внедрение новых технологий и прочие инновации, которые создаются субъектами МСП, положительно влияют на экономический рост страны, содействуют повышению конкурентоспособности организаций, улучшению и укреплению их позиций на рынке. Большое количество субъектов МСП представлены организациями гостиничного бизнеса. Несмотря на то, что в нашем государстве на производственный сектор приходится наибольшая доля, в текущих условиях существования и активного развития таких предприятий появляется все больше факторов, которые отрицательно сказываются на развитии единиц предпринимательства.

Сама инновационная деятельность подразумевает большое количество рисков, которые могут препятствовать успеху предприятий. Для крупных организаций они снижаются, так как масштаб деятельности намного крупнее. В свою очередь субъекты МСП часто сталкиваются с различными проблемами, например, такими как неопределенность, проблемы нехватки ресурсов, неготовность к введению новшеств, рыночные и правовые изменения, которые невозможно предсказать. В данной статье будут рассмотрены несколько основных факторов рисков в инновационной деятельности МСП, в том числе на примере предприятий гостиничного бизнеса, а также эффективные пути их снижения.

Одними из самых значимых факторов, негативно воздействующих на работу субъектов предпринимательства, являются финансовые риски. Они могут возникать по разным причинам, будь то изменения в нормативных документах государства, нестабильная экономическая среда и др. Давая определение самому понятию финансовых рисков можно сказать, что это вероятность возникновения неблагоприятных финансовых последствий в форме потери дохода или капитала в ситуации неопределенности условий осуществления его финансовой деятельности [2. С.19].

В целом в качестве примеров финансовых рисков и их влияния на субъекты МСП можно привести рыночные риски, когда рыночные колебания, снижения и увеличения процентных ставок, валютных курсов, цен на сырье и так далее могут оказать серьезное воздействие на финансовые показатели предприятия. Возможны и другие ситуации, встающие на пути успешной деятельности предпринимателей, к ним можно отнести и неисполнение контрагентами обязательств, риск столкнуться с мошенничеством, технологическими и человеческими ошибками и сбоями, неожиданная потеря ликвидности и др. Для предприятий гостиничного бизнеса можно уточнить, что, например, рост инфляции снизит спрос на услуги предприятий, а снижение безработицы спровоцирует снижение количества свободного времени для населения, которое оно может потратить на отпуск и соответственно приобретение услуг гостиниц и т. д.

Для любой коммерческой организации важно эффективно вести свою деятельность, развивать бизнес и получать как можно больше прибыли, в это же время все эти организации подвержены описанным рискам, что снижает успешность ведения хозяйственной деятельности. По этой причине существует потребность в разработке методов снижения и противодействия неблагоприятным факторам с перспективой их контроля и даже полного устранения.

Процесс управления финансовыми рисками подразделяется на несколько этапов:

- выявление и анализ риска;
- подбор методов воздействия;
- принятие решения;
- воздействие на риск;
- контроль и отслеживание результатов воздействия и управления [3. С. 167].

Помимо финансовых рисков, можно также выделить совокупность как внутренних, непосредственно связанных с деятельностью предприятий, так и внешних, не связанных с деятельностью организации, факторов риска, оказывающих влияние на инновационную деятельность субъектов предпринимательства, в том числе и объектов МСП (табл. 1).

Таблица 1

Виды инновационных рисков

Инновационные риски						
Внешние			Внутренние			
Социальные	Экономические	Политические	Риски, связанные с культурой	Риски, связанные с процессом	Риски, связанные с результатом	Риски, связанные с ресурсами
			Риски инновационной культуры	Риски планирования	Риски коммерциализации	Финансовые
				Риски реализации	Риски конкуренции	Кадровые
				Риски адаптации	Риски законодательства	Технологические
						Информационные

Самыми актуальными на сегодняшний день факторами риска внешнего характера стоит выделить политические риски, влияние которых очевидно не только на примере субъектов предпринимательства, но и на жизни всего населения государства. Среди них геополитические конфликты, ограничения и реформы, военные проблемы, разработки оборонного комплекса и прочие аналогичные риски. Субъектам МСП, в отличие от крупных предприятий, намного тяжелее работать с анализом и предупреждением факторов риска часто в силу недостатка финансирования и трудоемкости процесса. Например, получать доход от постояльцев-иностранцев из-за границы становится затруднительным и даже практически невозможным, когда границы страны закрыты. Данный факт подтверждает, что недостаток финансовой поддержки со стороны государства является одним из самых значимых внешних факторов риска инновационной деятельности [4]. Неполитические факторы тоже существенно сказываются на хозяйственной жизни субъектов МСП, и в частности субъектов гостиничного бизнеса, к таким факторам относятся и корректировки налоговых ставок и пошлин, волатильность цен на рынке и т. д. К экономическим рискам можно отнести изменение потребительского спроса на рынке или экономический спад. Что касается социальных рисков, то здесь основное влияние на развитие инновационной деятельности субъектов предпринимательства оказывает общество, его ценности и потребности, а также мнение относительно инноваций.

К внутренним факторам инновационных рисков стоит отнести те факторы, которые являются уже непосредственно в процессе осуществления хозяйственной деятельности субъекта [5]. Как известно, на производственную деятельность влияет множество факторов: наличие достаточного количества ресурсов, правильная организация производственного процесса, четкий анализ полученных результатов деятельности и инновационная культура. Основными финансовыми рисками являются недостаток финансирования для разработки и внедрения инноваций, неправильное распределение ресурсов на инновационные проекты либо неэффективное управление финансами. К наиболее значимым кадровым проблемам можно отнести отсутствие квалифицированных специалистов и персонала для реализации инновации, недостаток мотивации и вовлеченности сотрудников в инновационную деятельность, неэффективная система обучения и развития персонала из-за которой предприятие, в частности гостиничной сферы, не может реализовать весь свой потенциал. Нехватка инновационных разработок, неправильный выбор инноваций, недостаточная техническая оснащенность – все это относится к факторам технологического риска. Один из самых широко известных внутренних факторов риска – информационный, в котором неэффективное управление информацией и недостаток необходимых аналитических инструментов могут привести к ошибочным результатам анализа, несоответствию ожидаемых результатов с фактическими.

Не менее важное место среди внутренних рисков занимают риски, связанные с организацией бизнес-процессов. Для того чтобы их предотвратить необходимо рационально оценивать потенциал инновационных проектов, структурировать планы реализации, определять четкие сроки и этапы проведения мероприятий, внедрять эффективные методы адаптации новых технологий в бизнес-процессы, а также уделять особое внимание развитию и подготовке сотрудников к нововведениям, демонстрировать гибкость и открытость.

Риски, связанные с результатами деятельности заключают в себя:

- риски коммерциализации, то есть недостаточную маркетинговую поддержку, нерациональное ценообразование, отсутствие спроса;
- риски конкуренции, в которые входят такие факторы, как недостаточная защита интеллектуальной собственности, неспособность быстро адаптироваться к изменениям и др.;
- риски законодательства: недостаток правовой защиты предпринимателей, изменчивость законодательства с появлением возможного воспрепятствования инновационным введениям.

Обобщая вышеизложенное, нацеленность на цифровые технологии приносит огромную пользу предпринимательскому сектору и конкретно гостиничному бизнесу, формируя новые возможности для расширения бизнеса, а также создания новых технологичных продуктов и развития инновационной культуры. В таких условиях существования, субъектам МСП важно искать правильные источники мотивации, быть открытыми и проявлять инициативу в процессе обучения, чтобы масштабировать свой бизнес.

Особенно для сферы гостеприимства, в которой постоянно происходят изменения, предприятия идут на риски, будь то для повышения продаж, освоения новых рынков, привлечения большего количества гостей, повышения качества услуг и в целом развития бизнес-сферы, риски непосредственно связаны с конкуренцией. Именно этот фактор «толкает» предприятия на постоянное самосовершенствование. Рассмотрев фактор конкуренции на примере предприятий гостиничного бизнеса, проследим, как конкретно влияет решение подвергнуться рискам на работу и успех организаций.

Для компаний, которые хотят занимать лидирующие позиции, очень важно идти в ногу со временем, внедряя инновации, особенно направленные на повышение комфорта гостей. К таким инновациям можно отнести цифровые замки, или устройства, позволяющие войти в номер с помощью браслета или смартфона, технологии «умного дома», чувствительные датчики. Внедрение подобных технологий требует значимых вложений от организации [6. С. 100]. Решение об интеграции инновационных решений в работу компании несет в себе определенные риски, например: сопротивление со стороны сотрудников, ведь внедрение новаций может оказать влияние на количество рабочих мест, что часто встречает негативные реакции от работников, долгая окупаемость (из-за роста стоимости условий для проживания в гостиницах, вырастут и цены на номера для постояльцев, что может как позитивно, так и негативно сказаться на выручке компании) также появляются риски кибератак и другие риски. Для руководства важно грамотно оценить возможности предприятия и последствия свершения рисков для сведения к минимуму негативных последствий.

Помимо внутреннего регулирования предприятиями рисков, такие ученые как, например, Полянин А. В. и Соболева Ю. П. считают, что преодолением инновационных рисков должны заниматься не только субъекты малого и среднего бизнеса, но и государство на уровне макроэкономики. В качестве примера такой поддержки можно рассмотреть период пандемии коронавируса, в результате которого многие предприятия, особенно сферы туризма, где доход напрямую зависит от количества путешественников и гостей, столкнулись с колоссальными расходами и неопределенностью, где без помощи государственного сектора большинство субъектов бизнеса не выдержали бы такого наплыва трудностей. В этой связи, авторы видят будущее развитие предпринимательского сектора в объединении с государством и научно-исследовательскими центрами [5].

Назарова Ф. Х. предлагает подходы, связанные с формированием министерств и ведомств с различным типом регулирования (целевым, смежным, множественным), которые

должны отвечать за разработку, внедрение и развитие инноваций в предпринимательском секторе на государственном уровне. По мнению автора, такой подход способен реализовать инновационный потенциал субъектов МСП [7].

Иностранные ученые Breffni M. Noone, Michael S. Lin и Amit Sharma уверены в том, что размер фирмы является фактором, который смягчает степень взаимосвязи между инновационным продуктом и эффективностью фирмы. Более крупные фирмы добиваются результатов благодаря доступу к сети взаимосвязанных ресурсов для быстрого распространения инноваций в условиях кризиса. Поэтому, по мнению авторов, целесообразнее внедрять инновационные технологии в пределах масштабируемого бизнеса для получения более высокой отдачи от новшеств [8].

Волкова И., Галынчик Т. А., Данилова С. В. поднимают вопрос о создании единой цифровой платформы в целях реализации государственной программы по развитию субъектов МСП, проведение образовательных мероприятий и создание предпринимательской экосистемы с единым центром управления организаций [9].

По мнению В. П. Невмывако, малым предпринимателям необходимо уделить особое внимание мерам по обеспечению экономической безопасности. Автор предлагает выделить несколько сотрудников для работы над вопросами оценки и управления рисками, чтобы обеспечить защищенность данных экономического субъекта в рамках инновационного развития [10].

Инновационная деятельность субъектов МСП и особенно предприятий гостиничного бизнеса является важным элементом экономического развития, однако она сопряжена с множеством рисков. Применение системного подхода к управлению рисками, включая диверсификацию источников финансирования, внедрение эффективных управленческих практик и анализ рынка, позволит значительно повысить шансы на успешное внедрение инноваций и развитие бизнеса.

Таким образом, инновационная деятельность играет большую роль для конкурентоспособности и повышения прибыльности предприятий любой сферы. Внедрение новых решений в работу, например, предприятий гостиничного бизнеса, большинство из которых представляют собой субъекты МСП, ведет к неминуемому возникновению факторов рисков различного характера, требующих особо внимательного отношения для их контроля и минимизации.

Список литературы

1. Официальный сайт Федеральной налоговой службы. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: <https://ofd.nalog.ru> (дата обращения 09.10.2024).
2. Пименов, Н. А. Управление финансовыми рисками в системе экономической безопасности: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пименов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 353 с.
3. Салманов, О. Н., Утюж К.В. Управление финансовыми рисками малого и среднего предпринимательства / О. Н. Салманов, К. В. Утюж // Вестник Академии управления и производства. – 2023. – № 4. – С. 164-171.
4. Полянин А. В., Соболева Ю. П., Кулакова Л. И. Инновационные риски в предпринимательстве // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2022. – № 2.
5. Цуркан А. Г., Перчинская Н. П. Риски в инновационной деятельности // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2015. – № 10-2. – С. 189–195.
6. Соловарова М. А., Применение инновационных технологий в сети отелей Marriott // Казанский вестник молодых ученых. – 2022. – Т. 6, № 3. – С. 98–103.
7. Назарова Ф. Х., Хамдамова Г. А., Костюченко А. В., Назарова У. А. Развитие инновационной экономической системы для поддержки предпринимательства // Бюллетень науки и практики. – 2021. – № 12.
8. Noone, B. M., Lin, M. S., & Sharma, A. (2024). Firm Performance During a Crisis: Effects of Adhocracy Culture, Incremental Product Innovation, and Firm Size. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 48(1), 153-183.
9. Волкова И. А., Галынчик Т. А., Данилова С. В. Векторы поддержки малого и среднего инновационного предпринимательства региона // Вопросы инновационной экономики. – 2023. – Т. 13, № 4. – С. 2187–2200.

10. Манушин Д. В. Меры по совершенствованию российской внешней торговли в кризисных условиях // Проблемы и перспективы развития торговли, индустрии гостеприимства, сервиса и услуг в России и за рубежом: материалы Международной научно-практической конференции (7 октября 2011 г.) / под ред. к.э.н., проф. В.Г. Тимирясова. – Казань: «Познание» Института экономики, управления и права, 2012. – С. 121–124

Ekaterina Leonidovna Vodolazhskaya,
Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Department,
Anastasia Romanovna Salavatullina,
student,
Natalia Evgenievna Bushueva,
student,
Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEML)

RISK FACTORS IN THE INNOVATIVE ACTIVITIES OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES AND WAYS TO REDUCE THEM

Abstract. Small and medium-sized enterprises (SMEs) occupy an important place in the development of the country's economy. For their development, organizations introduce innovative solutions into the workflow that simplify production and business. Innovations are always associated with the emergence of risk factors, which are an important task of the organization to regulate and minimize. For example, for enterprises in the hotel industry, where there is high competition, innovations are necessary, but they carry many risks. Many scientists have already offered their views on solving the problem of risks and ways to reduce them.

References

1. The official website of the Federal Tax Service. Unified Register of small and medium-sized businesses. – <https://ofd.nalog.ru> / (accessed 09.10.2024).
2. Pimenov, N. A. Financial risk management in the economic security system: textbook and workshop for universities / N. A. Pimenov. – 3rd ed., reprint. and add. – Moscow: Yurait Publishing House, 2024. – 353 p.
3. Salmanov, O. N., Iron K.V. Financial risk management of small and medium-sized enterprises / O. N. Salmanov, K. V. Iron // Bulletin of the Academy of Management and Production. – 2023. – No. 4. – Pp. 164-171.
4. Polyanin A.V., Soboleva Yu.P., Kulakova L.I. Innovative risks in entrepreneurship // State and Municipal management. Scientific notes. – 2022. – № 2.
5. Tsurkan A. G., Perchinskaya N. P. Risks in innovation activity // Russia: trends and prospects of development. – 2015. – No. 10-2. – Pp. 189-195.
6. Solovarova M.A., The use of innovative technologies in the Marriott hotel chain // Kazan Bulletin of Young Scientists. – 2022. – Vol. 6. – No. 3. – Pp. 98–103.
7. Nazarova F.H., Khamdamova G.A., Kostyuchenko A.V., Nazarova U.A. Development of an innovative economic system to support entrepreneurship // Bulletin of Science and Practice. – 2021. – № 12.
8. Noone, B. M., Lin, M. S., & Sharma, A. (2024). Firm Performance During a Crisis: Effects of Adhocracy Culture, Incremental Product Innovation, and Firm Size. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 48(1), 153–183.
9. Volkova I.A., Galynchik T.A., Danilova S.V. Vectors of support for small and medium-sized innovative entrepreneurship in the region // Issues of innovative economics. – 2023. – Vol. 13. – No. 4. – Pp. 2187–2200.
10. Manushin D.V. Measures to improve Russian foreign trade in crisis conditions // Problems and prospects for the development of trade, the hospitality industry, services and services in Russia and abroad: materials of the International Scientific and Practical Conference (October 7, 2011) / edited by Ph.D. in Economics, prof. V.G. Timiryasov. – Kazan: "Cognition" of the Institute of Economics, Management and Law, 2012. – Pp. 121–124.

Кашапова Эльмира Назифовна,

Студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия**ВЛИЯНИЕ ИНДУСТРИИ СЕРВИСА НА ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН**

Республика Татарстан, расположенная в сердце России, является одним из наиболее динамично развивающихся регионов страны. С традиционно сильной промышленной базой, Татарстан в последние десятилетия наблюдает значительный рост сектора услуг, который стал важным двигателем экономического развития. Индустрия сервиса охватывает широкий спектр направлений, включая гостиничный бизнес, общественное питание, транспортные услуги, образование и здравоохранение. В данной статье мы подробно рассмотрим влияние индустрии сервиса на экономику Республики Татарстан.

Экономика Татарстана исторически была ориентирована на тяжелую промышленность, включая нефтехимию и машиностроение. Однако с течением времени наблюдается изменение в структуре экономики: доля сектора услуг растет, что отражает общие тенденции в мировой экономике. По данным статистики, в последние годы сектор услуг составляет более 60% валового регионального продукта (ВРП) Татарстана, что подчеркивает его значимость для экономики региона.

Одним из самых заметных эффектов роста индустрии сервиса является создание рабочих мест. Сектор услуг требует значительных трудовых затрат, что способствует снижению уровня безработицы и улучшению качества жизни населения. Например, развитие гостиничного и ресторанного бизнеса в Казани, столице Татарстана, привело к созданию тысяч новых рабочих мест. Это особенно важно для молодежи и людей с низкой квалификацией, которые находят работу в сфере обслуживания.

Развитие сектора услуг также способствует привлечению инвестиций в регион. Татарстан активно работает над созданием благоприятного инвестиционного климата, что привлекает как отечественных, так и зарубежных инвесторов. Например, строительство новых гостиниц, торговых центров и развлекательных комплексов стало возможным благодаря инвестициям в инфраструктуру. Крупные международные компании открывают свои филиалы в Татарстане, что способствует росту конкуренции и улучшению качества услуг.

Туризм является одной из основных аспектов индустрии сервиса в Татарстане. Регион выделяется своим богатым культурным наследием, историческими памятниками и уникальной архитектурой. Организация международных мероприятий, таких как Универсиада 2013 года и чемпионат мира по футболу 2018 года, значительно увеличило интерес к Татарстану как туристическому направлению. Это не только повысило поток туристов, но и способствует развитию сопутствующих услуг – от гостиничного сервиса до экскурсионных программ.

Туризм в Татарстане также способствует развитию малых и средних предприятий (МСП), которые предоставляют услуги в сфере питания, транспорта и развлечений. Местные предприниматели открывают рестораны, кафе и сувенирные магазины, что создает дополнительные рабочие места и увеличивает налоговые поступления в бюджет.

Сектор услуг в Татарстане активно внедряет инновации и новые технологии. Развитие информационных технологий (ИТ) и стартапов в области технологий ведет к созданию новых бизнес-моделей и улучшению качества обслуживания. Например, использование мобильных приложений для заказа такси или доставки еды становится все более популярным среди населения. Кроме того, многие компании внедряют системы автоматизации и цифровизации процессов, что позволяет повысить эффективность работы.

Важным аспектом является развитие электронного бизнеса и онлайн-услуг. В условиях пандемии COVID-19 многие предприятия были вынуждены адаптироваться к новым реалиям и перейти на удаленные форматы работы, что способствовало дальнейшему развитию цифровых технологий в сфере услуг.

Индустрия сервиса оказывает значительное влияние на социальную сферу региона. Улучшение качества услуг в здравоохранении, образовании и социальной сфере способствует повышению уровня жизни населения. Развитие культурных и развлекательных мероприятий обогащает культурную жизнь татарстанцев и способствует формированию гражданского общества.

Множество новых компаний стремятся занять свою нишу на рынке, однако не всегда способны обеспечить высокий уровень сервиса.

Также стоит отметить необходимость повышения квалификации работников сектора услуг. Для обеспечения конкурентоспособности необходимо инвестировать в обучение и развитие персонала.

Индустрия сервиса играет ключевую роль в экономике Республики Татарстан. Она способствует созданию рабочих мест, привлечению инвестиций, развитию туризма и внедрению инноваций. Устойчивое развитие сектора услуг не только укрепляет экономику региона, но и улучшает качество жизни его жителей.

Для дальнейшего роста необходимо продолжать поддерживать этот сектор через создание благоприятных условий для бизнеса, развитие инфраструктуры и повышение квалификации рабочей силы. Таким образом, индустрия сервиса станет важным фактором устойчивого развития Республики Татарстан в будущем.

Kashapova Elmira Nazifovna,
student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

THE INFLUENCE OF THE SERVICE INDUSTRY ON THE ECONOMY OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

УДК 330.101.5

Киченина Татьяна Николаевна,
к. э. н., доцент,

Казанский Инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия,

Мусаева Сабина Фуадовна,
обучающийся,

Казанский Инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия,

Леонтьева Юлия Алексеевна,
обучающийся,

Казанский Инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОГО УЧЕТА В АГРОТУРИЗМЕ

Аннотация. Данная деятельность является особой сферой экономики, которая объединяет сельское хозяйство и туризм. В работе проводится анализ основных сторон налогового законодательства, регулирующих деятельность агротуристических фирм. Рассмотрены такие виды налогов как: налог на прибыль, НДС, налог на имущество, а также возможные налоговые льготы. Изучение налоговой системы, регулирующей агротуризм, дает возможность выявить трудности, с которыми могут столкнуться организации и разработать пути их решения.

Агротуризм является новым направлением в туристической области, который объединяет отдых в сельской местности и экологический туризм. Данное направление туризма предоставляет возможность познакомиться с образом жизни в селе, а также помогает развиваться сельским территориям и органам местного самоуправления.

Агротуристы получают возможность не только пожить на фермах, но и принять участие в сельскохозяйственных ярмарках и мероприятиях.

Важно отметить некоторые особенности агротуризма:

- взаимодействие с природой: благодаря сельскому туризму отдыхающие могут наслаждаться красотой сельской природы, принимая участие, например, в сборе урожая;
- образовательный аспект: туристы могут получить навыки производства различной продукции.
- культурный обмен: жители сельской местности и туристы обмениваются культурным опытом друг с другом, делятся знаниями и умениями, рассказывают про местные традиции;
- экономическое развитие: благодаря агротуризму поддерживается малый и средний бизнес в аграрной сфере.

Таким образом, сельский туризм способствует развитию экономики сельских территорий. Появление такого вида туризма дает возможность людям получить незабываемые впечатления от сельского образа жизни, а также не дает исчезнуть культурному наследию и местным традициям [1. С. 47].

В современных реалиях агротуризм представляет собой быстроразвивающуюся область туризма. Данный вид туристической деятельности знакомит людей с сельским бытом, с местными традициями и обычаями, а также с уникальной природой загородной местности. Поэтому вопросы и особенности налогообложения агротуристических организаций становятся наиболее актуальными.

Налоговые категории агротуризма:

1. Налог на прибыль – один из ключевых видов налога, который оказывает влияние на агротуризм в целом. Но важно отметить, что существуют некоторые особенности налогообложения агротуристических организаций, которые связаны со спецификой их деятельности.

Агротуристические фирмы имеют возможность получать дополнительные льготы при уплате налогов. Во многих странах компании, деятельность которых направлена на развитие сельского туризма, освобождаются от уплаты налога на прибыль на определенный срок или могут получить возможность уплачивать налог по сниженной ставке.

Кроме того, агротуристические организации могут облагаться налогом на недвижимость, так как туристические фермы располагаются на сельскохозяйственных участках, поэтому их владельцы обязуются уплачивать налог на недвижимость за использование земель с целью развития агротуризма.

Также немаловажным является тот факт, что в различных государствах действуют разные налоговые ставки и условия налогообложения агротуристических компаний, поэтому необходимо тщательно изучить структуру налогового законодательства.

2. Налог на добавленную стоимость – данный вид налога является обязательным. Он берется на питание, мастер-классы и т. п. Обычно он включается в стоимость услуги. Организациям, предоставляющим услуги агротуризма, необходимо вести правильный учет своей хозяйственной деятельности и своевременно уплачивать данный налог во избежание возможных негативных последствий со стороны налоговых органов.

3. Налог на имущество. В сфере агротуризма налог на имущество взимается в зависимости от вида и стоимости имущества организации. Чаще всего это земля, здания, оборудование и другие активы, которые необходимы для предоставления услуг агротуризма.

Сумма данного налога рассчитывается исходя из оценочной стоимости имущества или же из его рыночной стоимости. В зависимости от страны или региона правила расчета этого налога меняются, а конкретные установленные правила и ставки узнаются в местных налоговых органах [2. С. 26].

Таким образом, в агротуристической сфере существует много нюансов, связанных с налогообложением, которые необходимо изучить перед началом ведения такого вида бизнеса. Тщательное рассмотрение налоговой системы, относящейся к сельскому туризму, позволит избежать трудностей с уплатой налогов, а также обеспечит устойчивое развитие предприятия.

Регулятивные органы, влияющие на эффективность налогового учета в агротуризме:

1. Налоговые органы. Как и в любой отрасли, налоговые органы занимают важное место в регулировании налогового учета. Под их руководством находится соблюдение налогового законодательства организациями и разъяснение возникающих вопросов от субъектов агротуризма по поводу налогообложения. Также они ведут различные проверки организаций с целью выявления имеющихся нарушений.

2. Министерство сельского хозяйства и пищевой промышленности. Данное министерство играет одну из ключевых ролей в организации налогового учета в агротуристической деятельности. Им разрабатываются нормативные правовые акты, которые регулируют деятельность агротуристических фирм. Помимо этого, Минсельхоз России контролирует соблюдение принятых в агротуризме правил и стандартов.

3. Организации и ассоциации агротуризма. Данные организации как регулятивные органы могут обучать и консультировать субъектов агротуризма в области налогообложения.

Все вышеперечисленные органы в той или иной степени способны регулировать налоговый учет в агротуризме. Они помогают сделать налогообложение более эффективным для всех, а также способствуют развитию данной отрасли. Организациям, занимающимся агротуристической деятельностью, следует с ними сотрудничать для оптимизации налогового учета [3. С. 33–34].

При разработке и реализации такого вида туризма, как агрономического, важно учесть его экономические особенности.

К экономическим аспектам относятся: создание новых рабочих мест, рост доходов сельскохозяйственных фирм, развитие сельской инфраструктуры, привлечение дополнительного финансирования в сельское хозяйство. Агротуризм также позволяет развиваться таким смежным отраслям экономики, как сфера обслуживания, розничная торговля, ресторанное дело и т. д. [4. С. 56].

Важно отметить, что для успешного развития данного вида деятельности необходимо применять инновационные технологии. Современные автоматизированные системы способствуют упрощению ведения налогового учета. Например, внедрение онлайн-сервиса для учета финансов и налогов позволяет вести учет доходов и расходов. В этих системах также могут автоматически рассчитываться налоги и формироваться необходимые отчеты в налоговые органы.

Также в последние годы в сфере агротуризма набирает популярность использование цифровых платежных систем. С их помощью расчеты между субъектами производятся быстро и безопасно, а учет денежных средств заметно упрощается.

Помимо этого, активно внедряются программы и сервисы для хранения и анализа данных. Хранимая в них информация содержит все необходимые данные для анализа эффективности деятельности и последующей оптимизации налогов.

Применение инновационных разработок в агротуристической деятельности ведет к качественному управлению финансами, экономии времени на ведение учета, а налоговые платежи становятся более понятными и прозрачными.

Таким образом, изучение особенностей налогового учета в сфере агротуризма дает возможность выявить проблемы, которые могут возникнуть у агротуристических организациях, что поможет разработать решения по оптимизации налоговых платежей и эффективную стратегию налогового планирования. Поэтому государственным органам важно адаптировать налоговую систему для нового и быстроразвивающегося направления туристической деятельности.

Список литературы

1. Коваленко, И. П. Налоговый учет в агротуризме: современное состояние и перспективы / И. П. Коваленко // Аграрная экономика. – 2021. – № 12(3). – С 45–52.
2. Смирнов, А. А. Агротуризм: налоги и учет / А. А. Смирнов, Е. В. Иванова // Финансовый журнал. – 2020. – № 8(5). – С. 22–29.

3. Федоров, В. С. Нормативно-правовые акты в области агротуризма / В. С. Федоров // Юридические исследования. – 2022. – № 10(4). – С. 30–35.
4. Крупина, Л. П. Налоги и налогообложение в агротуризме: современная практика / Л. П. Крупина, А. П. Крупин // Финансовый анализ. – 2020. – № 9(3). С. 50–58.

Tatiana Nikolaevna Kichenina,

k. e. n., associate professor,
Kazan Innovation University named after. V. G. Timiryasova,
Kazan, Russia,

Sabina Fuadovna Musaeva,

learner,
Kazan Innovation University named after. V. G. Timiryasova,
Kazan, Russia,

Yulia Alekseevna Leontyeva,

learner,
Kazan Innovation University named after. V. G. Timiryasova,
Kazan, Russia

FEATURES OF TAX ACCOUNTING IN AGRICULTURAL TOURISM

Abstract. This activity (agritourism) is a special sphere of the economy that combines agriculture and tourism. The paper analyzes the main aspects of tax legislation regulating the activities of agritourism firms. The following types of taxes are considered: income tax, VAT, property tax, as well as possible tax benefits. Studying the tax system regulating agritourism makes it possible to identify the difficulties that organizations may face and develop ways to solve them.

References

1. Kovalenko, I. P. Tax accounting in agritourism: current state and prospects / I.P. Kovalenko //Agricultural economics. – 2021. №12(3). - С 45–52.
2. Smirnov, A. A. Agritourism: taxes and accounting / A.A. Smironov, E.V. Ivanova // Financial Journal. – 2020. № 8(5). - P. 22-29.
3. Fedorov, V. S. Regulatory legal acts in the field of agritourism / V.S. Fedorov // Legal studies. – 2022. № 10(4). S. 30-35.
4. Krupina, L.P. Taxes and taxation in agritourism: modern practice / L.P. Krupina, A.P. Krupin // Financial analysis. – 2020. № 9(3). S. 50–58.

УДК 657.1

Леонтьева Юлия Алексеевна, Мусаева Сабина Фуадовна,

студенты,

Скорнякова Анна Алексеевна,

к. э. н., доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ЗАКАЗЧИКАМИ В ТУРИСТИЧЕСКИХ ФИРМАХ

Аннотация. Туристические организации – это один из участников в области туризма, предоставляющего широкий спектр услуг потребителям и обеспечивающий им комфортное путешествие. При этом одним из важных аспектов деятельности туристических фирм является взаимодействие с заказчиками и учет расчетов с ними. В данной научной статье исследуется

специфика учета расчетов с заказчиками в туристических фирмах, а также рассмотрены особенности расчетов с заказчиками. В заключение говорится о важности правильного учета расчетов с заказчиками для обеспечения успешного функционирования туристической фирмы, подчеркивается важность использования современных методов учета и анализа данных.

Туристические компании выступают связующим звеном между людьми, которые хотят приобрести туры или услуги с целью отдыха, и продавцами данных услуг. В процессе деятельности туристическая организация осуществляет различные типы расчетов с клиентами, например, оплата туристических услуг, бронь отелей, авиабилетов, трансферов и другие.

Одним из ключевых видов расчетов, проводимых туристической компанией с заказчиками, является оплата за туры. Оплата может производиться не только в офисе туристического агентства, но и онлайн. Исходя из условий договора, тур может оплачиваться клиентом как полностью, так и частично. Туристическая организация обычно принимает платежи наличными, банковскими картами или электронными платежными системами.

Еще одним видом расчетов в деятельности туристической компании с клиентами является бронь гостиниц и авиабилетов. У заказчиков есть возможность выбрать нужные для них услуги через систему онлайн-бронирования, а также через сотрудника туристической организации. После этого клиент осуществляет оплату за бронирование отеля и авиабилета, а турагентство переводит денежные средства на расчетный счет фирмы, оказывающей услуги.

А также на рынке туристических услуг особенно актуальными остаются трансферы и дополнительные услуги: экскурсии, страхование, аренда авто и т. д. Данные виды услуг могут включаться в стоимость тура или же приобретаться отдельно. Расчеты за трансферы и дополнительные услуги также могут производиться различными способами, включая наличные, банковские карты и электронные платежные системы [1].

Итак, в туристических организациях могут производиться разные типы расчетов. Целесообразное управление денежными потоками и надежный выбор способа оплаты помогут компании удовлетворить потребности клиентов и обеспечить высокий уровень сервиса.

Важно отметить, что финансовые операции с клиентами в туристических агентствах связаны с учетом авансовых платежей, окончательных расчетов и возможных возвратов. Все операции фиксируются со следующими обязательными реквизитами: контрагент, дата, сумма, назначение платежа, что позволяет сформировать данные для будущей отчетности и анализа расчетов.

Отслеживание задолженности является важным аспектом в управлении финансовыми отношениями с клиентами. Как правило, туристические фирмы используют методы бухгалтерского и управленческого учета. Необходимым в деятельности турагентства является ведение реестров задолженности, в которых находятся такие данные как сроки оплаты и статус расчетов [2]. Использование современных автоматизированных программ дает возможность контроля за сроками оплаты, что минимизирует возникновение просроченной дебиторской задолженности. Кроме того, данные программы упрощают учет расчетов с клиентами и финансовые процессы, а также ускоряют работу и сокращают риск возникновения ошибок вследствие человеческого фактора [3].

В деятельности турагентства часто встречаются ситуации, когда клиенты решают отказаться от покупки туристических услуг. Поэтому туристические организации обязаны заранее проинформировать клиента о условиях возврата и предусмотренных штрафах. Они могут применяться, например, при несвоевременной оплате или при отказе от услуг в установленный договором срок. Подробная документация помогает минимизировать конфликты и повышает прозрачность в финансовых отношениях.

Туристические фирмы в ходе своей деятельности обязаны руководствоваться действующим законодательством Российской Федерации. Ключевым фактором является правильное составление договоров с заказчиками, в которых должны фиксироваться условия оказания услуг, сроки и порядок оплаты.

Согласно стандартам бухгалтерского учета, расчеты с клиентами должны быть зарегистрированы в учетной политике организации. Необходимо правильно оценивать дебиторскую

задолженность и своевременно проводить ее списание в случае невозврата долга. Кроме того, является важным оценивание возможных потерь от неоплаты и отражение их в отчетности фирмы. Все данные по расчетам с заказчиками должны быть правильно отражены в финансовой отчетности агентства [4].

Контроль задолженностей – это важнейший процесс финансовой деятельности туристической организации. Причинами задолженностей могут быть отсрочка платежей, несвоевременность оплаты или невыполнение своих обязательств клиентами.

Установление конкретных правил учета задолженностей и их контроль является эффективным методом управления. Туристическая фирма должна иметь четкую и прозрачную систему учета задолженностей перед клиентами, включая контроль дебиторской задолженности.

Также немаловажным аспектом остается своевременное выставление счетов клиентам и контроль за исполнением платежей. Туристические организации должны выстроить четкую систему управления и контроля за рисками и разрабатывать меры предотвращения возникновения задолженностей перед своими заказчиками.

Другим способом управления задолженности в сфере туризма выступает периодический анализ дебиторской задолженности и ее оборачиваемости. Турагентства обязаны отслеживать свои обязательства перед контрагентами и стремиться их исполнить, например, улучшая условия оплаты или привлекая иные источники привлечения денежных средств [5].

Таким образом, специфика учета расчетов с заказчиками в туристических фирмах состоит в точности отражения всех финансовых операций, которые связаны с оказанием услуг клиентам, а также с необходимостью учета различных форм оплаты: наличные денежные средства, банковские карты, онлайн-платежи. Организации должны располагать инновационными автоматизированными программами и система учета и контроля, которые могут предоставить безопасное хранение данных и оперативный доступ к ним. Кроме того, данные сервисы снижают издержки на ведение учета, обеспечивают ускоренную обработку информации и улучшают качество обслуживания клиентов.

Список литературы

1. Рябова, Т. С. Социальные и экономические аспекты расчетов с клиентами в туристических фирмах // Экономические и социальные исследования. – 2023. – № 8(3).
2. Левина, М. Н. Практика учета дебиторской задолженности в туристических компаниях // Журнал туристического бизнеса. – 2021. – № 1(1).
3. Шевченко, Н. А. Инновационные подходы к управлению задолженностями в туристических компаниях // Электронный журнал «Бухгалтер и аудит». – 2024. – № 1(2).
4. Федотов, А. В. Налогообложение расчетов с клиентами в туристической сфере. // Налогообложение и учет. – 2022. – № 9.
5. Костина, Е. В. Финансовые риски в расчетах с клиентами и их учет в туристическом бизнесе // Журнал современной экономики. – 2024. – № 2(4).

Leontyeva Yulia Alekseevna, Musaeva Sabina Fuadovna,
students,
Skornyakova Anna Alekseevna,
PhD in Economics, Associate Professor,
Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEUP)
Kazan, Russia

FEATURES OF ACCOUNTING OF SETTLEMENTS WITH CUSTOMERS IN TRAVEL COMPANIES

Abstract. Travel organizations are one of the participants in the field of tourism, providing a wide range of services to consumers and ensuring their comfortable travel. At the same time, one of the important aspects of the activities of travel companies is interaction with customers and accounting of settlements with them. This scientific article examines the specifics of accounting

of settlements with customers in travel companies, and also considers the features of settlements with customers. In conclusion, it is said about the importance of correct accounting of settlements with customers to ensure the successful functioning of a travel company, the importance of using modern methods of accounting and data analysis is emphasized.

References

1. Ryabova, T. S. Social and economic aspects of settlements with clients in travel companies // Economic and social research. – 2023. - №8(3)
2. Levina, M. N. The practice of accounting for accounts receivable in travel companies // Journal of Travel Business. – 2021. - № 1(1)
3. Shevchenko, N. A. Innovative approaches to debt management in travel companies // Electronic journal "Accountant and Audit". – 2024. - № 1(2)
4. Fedotov, A.V. Taxation of settlements with clients in the tourism sector. // Taxation and accounting.- 2022. - № 9
5. Kostina, E. V. Financial risks in settlements with clients and their accounting in the tourism business // Journal of Modern Economics. – 2024. - № 2(4)

УДК 338.48

Лутфуллина Камилла Ильдаровна,

студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

Андропова Екатерина Сергеевна,

к. э. н., доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В СФЕРЕ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

Аннотация. В данной статье рассматриваются ключевые особенности экономических ресурсов в сфере сервиса и туризма. Раскрываются такие понятия, как человеческие, материальные, финансовые и информационные ресурсы, которые определяют эффективность и производительность на рынке услуг.

Ключевые слова: сервис, туризм, ресурсы, компания, клиенты

Сервис и туризм являются одними из крупнейших динамических сфер экономики. Они рассматриваются как фундаментальный инструмент социального, транспортного и регионального развития, включая в себя широкий спектр услуг. Экономические ресурсы, используемые в данной сфере, обладают характеристиками, которые отличают их от ресурсов в других отраслях:

1. Человеческие ресурсы.

Учитывая определяющую роль персонала во всей системе сервиса и туризма, можно сказать, что человеческие ресурсы являются основным фактором достижения конкурентных преимуществ. Успех гостиниц, ресторанов и туристических компаний в значительной степени зависит от квалификации и мотивации персонала. Так, совершенствование системы подготовки профессиональных кадров становится критически важным для удовлетворения потребностей клиентов. Компании вынуждены инвестировать в программы обучения и развития сотрудников, чтобы гарантировать высокое качество обслуживания и способствовать увеличению турпотоков [1]. В сфере сервиса и туризма также важны механизмы мотивации сотрудников. Компании должны разрабатывать системы вознаграждения, которые будут способствовать

удовлетворенности работников и снижению текучести кадров. Этого можно добиться, используя содержательные теории мотивации, которые делают упор на удовлетворение потребностей сотрудников, используя материальные и нематериальные стимулы [2].

2. Материальные ресурсы.

Материальные ресурсы в сфере сервиса и туризма охватывают физические объекты и активы, используемые для предоставления услуг. Инфраструктура, включая гостиницы, рестораны, туристические объекты и транспортные средства, составляет основу материальных ресурсов. Качество инфраструктуры напрямую влияет на привлекательность региона для туристов. На данный момент современными тенденциями развития в гостиничной инфраструктуре стало внедрение новых технологий, которые помогают производить операции в онлайн-режиме 24 часа в сутки, а также интеграция и сегментирование – приспособление гостиничных предприятий к потребностям и материальным возможностям различных категорий клиентов [3].

3. Финансовые ресурсы.

Финансовые ресурсы считаются основным элементом для развития бизнеса в сфере сервиса и туризма. Поскольку большинство объектов туристической инфраструктуры имеют потребность в инвестициях, их доступность и объем определяют возможность развития организаций. Компании, активно работающие в сфере сервиса и туризма, должны уметь привлекать финансирование как через традиционные источники (банковские кредиты), так и через альтернативные варианты (инвестиционные фонды, система грантов, краудфандинг) [4].

Чтобы эффективно управлять финансовыми потоками организации, важно рассчитать расходы на маркетинг, оборудование, внедрение новых технологий, обучение и модернизацию, чтобы бизнес успешно функционировал. Умение оптимально распределять бюджет позволяет повышать доходность и устойчивость компаний на рынке.

4. Информационные ресурсы.

Современные технологии и информация становятся важными ресурсами в сфере сервиса и туризма. Онлайн-взаимодействие с клиентами, получение сведений о том, какие их потребности удовлетворены, а какие нет, осуществление платежей в онлайн режиме, проведение веб-аналитики – все это позволяет организациям достичь высокой эффективности и конкурентоспособности. Клиентам становится проще получить информацию благодаря социальным сетям.

Онлайн платформы позволяют сразу наладить контакт с клиентом и «подстроить» свою работу под их желания и нужды [5].

Таким образом, экономические ресурсы в сфере сервиса и туризма имеют свои особенности, которые определяют их эффективность и производительность. Успех компаний в этой области зависит от комплексного подхода к управлению человеческими, материальными, финансовыми и информационными ресурсами. Инвестирование в качество обслуживания, оптимизация материальных активов, умелое управление финансами и использование современных технологий являются ключевыми факторами, способствующими росту и развитию этой динамичной отрасли.

Список литературы

1. Романова Галина Максимовна, Мазниченко Марина Александровна Инновационные технологии подготовки кадров для сферы туризма: опыт сочинского государственного университета как опорного вуза // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2019. №2 (2). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-tehnologii-podgotovki-kadrov-dlya-sfery-turizma-opyt-sochinskogo-gosudarstvennogo-universiteta-kak-opornogo-vuza> (дата обращения: 17.11.2024).
2. Жукова М. А., Жуков В. А. Система мотивации персонала в гостиничном бизнесе // УПИРР. 2022. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-motivatsii-personala-v-gostinichnom-biznese-1> (дата обращения: 17.11.2024).

3. Евреинов Олег Борисович Современные тенденции развития и совершенствования гостиничной инфраструктуры туризма // *π-Economy*. 2012. № 1 (139). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-i-sovershenstvovaniya-gostinichnoy-infrastruktury-turizma> (дата обращения: 17.11.2024).

4. Мухоморова И. В. Инвестирование в туристскую инфраструктуру в России: проблемы и перспективы // *Инновации и инвестиции*. 2022. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investirovanie-v-turistskuyu-infrastrukturu-v-rossii-problemy-i-perspektivy> (дата обращения: 17.11.2024).

5. Грудистова Елена Геннадьевна Цифровой маркетинг в сфере сервиса и туризма как инструмент развития цифровой экономики // *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-marketing-v-sfere-servisa-i-turizma-kak-instrument-razvitiya-tsifrovoy-ekonomiki> (дата обращения: 17.11.2024).

Lutfullina Kamilla Ildarovna,

student,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,
Kazan, Russia

Andronova Ekaterina Sergeevna,

PhD, Assistant Professor,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,
Kazan, Russia

FEATURES OF ECONOMIC RESOURCES IN THE FIELD OF SERVICE AND TOURISM

Abstract. This article discusses the key features of economic resources in the field of service and tourism. Concepts such as human, material, financial and information resources that determine efficiency and productivity in the service market are revealed.

Keywords: service, tourism, resources, company, customers

УДК 338.48

Марьевский Никита Сергеевич, Хисматов Дильшат Наилевич,

студенты 3 курса, факультет прикладной экономики и финансовых технологий,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ФАКТОРЫ РОСТА СТОИМОСТИ АВИАБИЛЕТОВ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ

Аннотация. Статья посвящена анализу тенденций и причин роста цен на авиабилеты на территории России в условиях санкционного давления и изменения экономической среды. Рассматриваются причины удорожания, включая рост цен на авиатопливо, увеличение дальности маршрутов из-за закрытия воздушных зон, сокращение государственных субсидий и повышение затрат на техническое обслуживание авиапарка. Автор приводит к выводу о значительном влиянии указанных факторов на туристическую отрасль и экономику страны, акцентируя внимание на необходимости оптимизации поддержки авиационного сектора.

С начала даты проведения Специальной военной операции и введения санкционной политики «Западных» государств наблюдается удорожание авиабилетов в пределах страны, ограничение возможностей выездного туризма, а кроме того закрытие ряда воздушных зон, включая туристически привлекательные регионы Черноморского побережья. Существенные тарифы на авиаперелеты негативно сказываются на развитии внутреннего туризма.

Указанные факторы приводят к потерям для туристической отрасли, снижению доходов регионов, связанных с туристическим потоком, и препятствуют диверсификации национальной и региональной экономик. Кроме того, это сопровождается ростом нагрузки на направления с альтернативными видами транспорта, и утратой возможностей для развития локального туризма, который вполне мог бы способствовать стимулированию малого и среднего бизнеса, а также улучшению инфраструктуры.

Далее следует изучить тенденции роста цен на авиабилеты, определить ключевые причины этого явления и сделать вывод о его влиянии на туристическую отрасль и экономику в целом.

Таким образом, на территории России стоимость авиационного топлива продолжает повышаться, что обусловлено санкционным давлением и ростом курса доллара как следствием. Помимо этого, после пандемии, когда цена на авиакеросин снизилась с 50 575 рублей за тонну в марте 2020 года до 47 959 рублей в марте 2021 года, в 2022 году она вновь выросла до 67 173 рублей, а летом достигла 68 882 рублей. На 2024 год авиатопливо достигло нового исторического максимума, подорожав до 84 200 рублей.

Кроме ранее перечисленного, стоит отметить, что в первую очередь южные и центральные закрытые зоны воздушного пространства приводят к значительным потерям доходов авиакомпаний, что вынуждает их компенсировать убытки за счет увеличения стоимости билетов.

Так, в 2022 году российские авиакомпании потеряли около 19 млн пассажиров из-за ограничения полетов. Негативные последствия затрагивают не только авиакомпании, но и государственные бюджеты, которые недополучают налоговые поступления, связанные с деятельностью аэропортов. По данным «СПАРК-Интерфакс», выручка аэропорта Анапы группы «Аэродинамика» в 2022 году снизилась до 190 млн руб., ранее составляя с 2,2 млрд руб.

Кроме того, дополнительные расходы авиакомпаний связаны с увеличением дальности маршрутов, вызванным закрытием воздушного пространства на юге страны и в центральных регионах. Средняя длина внутренних маршрутов выросла на 15 % (с 1 885 км в 2021 году до 2 171 км в 2023 году), а международных – на 11 % (с 3 365 км до 3 736 км за аналогичный период).

Исходя из вышеперечисленного, стоит добавить, что часть этих расходов компенсировалась государственным топливным демпфером и другими мерами поддержки, однако этого оказалось недостаточно в условиях увеличения затрат на техническое обслуживание воздушных судов. Дополнительно, в проекте федерального бюджета на 2024–2026 годы предусмотрено дальнейшее сокращение субсидий на поддержку авиаперевозок.

Все это привело к тому, что средняя стоимость авиабилетов в России продемонстрировала значительный рост в начале 2024 года. В январе увеличение составило 33,9%, в феврале – 42 %, что привело к достижению уровня 7244 руб. за 1 тыс. км полета. Эта цена уже превысила показатели пикового сезона 2022 года, когда в июле стоимость составляла 6 621 руб. В феврале 2024 года прирост по сравнению с январем составил 12,7%, что является наибольшим значением с 2008 года. В предыдущие годы рост был существенно ниже: в 2023 году – 6,2 %, в 2022 году – 2,5%, в 2021 году – 7,6%. Таким образом, наблюдается устойчивая тенденция к увеличению цен на авиаперевозки.

Все увеличенные расходы авиакомпаний, такие как рост цен на топливо, более длинные маршруты и снижение субсидий, неминуемо передаются на стоимость билетов. Это ограничивает доступность путешествий для граждан с ограниченным бюджетом, что ведет к снижению туризма среди населения с низким и средним доходом. В свою очередь, такая ситуация плохо сказывается как на доходах авиакомпаний, так и на экономике в целом, поскольку люди, не способные позволить себе туризм, начинают отдавать предпочтение более доступным видам транспорта, таким как железные дороги, что приводит к перераспределению доходов между авиакомпаниями и ЖД-секторами.

Список литературы

1. Эксперты РСТ объяснили причины роста цен на авиабилеты. URL: <https://rst.ru/novosti/novosti-turizma/eksperty-rst-obyasnili-prichiny-rosta-cen-na-aviability.html>

2. Анисимова Н. Глава Минтранса объяснил рост цен на авиабилеты на 20%. URL: <https://www.rbc.ru/business/07/09/2024/66dbe6409a7947da08fcc064>
3. Минтранс назвал причины роста цен на авиабилеты. URL: <https://pln-pskov.ru/society/530040.html>
4. Пирогова Е. Топливо дорожает, аэропорты повышают тарифы: что будет с авиабилетами. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/658c01629a79474d1f71e1fa?from=copy-https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/658c01629a79474d1f71e1fa>
5. Литова А., Ильюшенков Д. Авиакомпании из-за закрытых аэропортов юга потеряют 19 млн пассажиров. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2022/07/24/932787-aviakompanii-poteryayut-19-mln>
6. Левинский А. Невзлетная полоса: как выживают закрытые с начала «спецоперации» 11 аэропортов. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/498314-nevzletnaa-polosa-kak-vyzivaut-zakrytye-s-nacala-specoperacii-11-aeroportov>
7. Гальчева А. Цены на авиабилеты в экономклассе в начале года резко выросли. URL: <https://www.rbc.ru/business/25/03/2024/65fdab8c9a79477fecf1afc9>
8. «Таиров Р. Известия» узнали о сокращении субсидий авиакомпаниям на рейсы между регионами. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/488819-izvestia-uznali-o-sokrasenii-subsidij-avia-kompaniam-na-rejsy-mezdu-regionami>

Maryevsky Nikita Sergeevich, Khismatov Dilshat Nailevich,
3rd year students, Faculty of Applied Economics and Financial Technologies,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

FACTORS OF INCREASE IN AIR TICKETS COSTS UNDER SANCTIONS AND THEIR IMPACT ON THE TOURISM INDUSTRY

Abstract. The article analyzes the trends and causes of the growth of air tickets prices in Russia under the pressure of sanctions and changes in the economic environment. The reasons for the increase in prices are considered, including the growth of jet fuel prices, the increase in the range of routes due to the closure of air zones, the reduction of state subsidies and the increase in the cost of aircraft fleet maintenance. The author concludes that these factors have a significant impact on the tourism industry and the country's economy, focusing on the need to optimize support for the aviation sector.

УДК 338.48

Нарзиева Камила Сафаровна,
студент,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена значительным вкладом ресторанного бизнеса в экономику Республики Татарстан, где он создает рабочие места и стимулирует смежные отрасли. Степень изученности проблемы показывает необходимость глубокого анализа взаимодействия ресторанной индустрии и экономического механизма региона. Цель работы заключается в выявлении факторов, влияющих на развитие ресторанов, включая влияние национальной кухни и региональной продукции. Основные результаты подтверждают положительную динамику роста оборота ресторанного бизнеса и его вклад в экономику, несмотря на существующие проблемы. Выводы подчеркивают важность устойчивого развития

через инновации и стратегическое планирование. Теоретическая значимость работы заключается в расширении представлений о ресторанной отрасли, практическая – в разработке рекомендаций для повышения конкурентоспособности.

В современных реалиях ресторанный бизнес вносит немалый вклад в экономику страны, создавая рабочие места, являясь источником налоговых поступлений в бюджет Республики и стимулируя смежные отрасли экономики, такие как сельское хозяйство, логистика и туризм. Эффективность ресторанного бизнеса тесно связана с формированием специфики экономического механизма страны, отвечающего в первую очередь потребностям населения. Республика Татарстан, как отдельный регион Российской Федерации, где «точкой роста» выступает Казань, демонстрирует положительную динамику развития ресторанного бизнеса. Хороший импульс развития индустрии питания Республика получила в ходе проведения Всемирной летней универсиады, что сделало индустрию питания в Татарстане эффективной для экономики. Универсиада способствовала также развитию конкурентной среды, что необходимо для успешного продвижения бизнеса и принятия более стратегического решения для оценки рисков. По данным Ассоциации рестораторов и отельеров Татарстана (АРИО), за последние несколько лет число ресторанов с национальной кухней в меню увеличилось на 18%, в 2017 г. татарская кухня была представлена в заведениях на 9%, а в 2022 году на 27%.

Однако в ресторанной индустрии имеется несколько проблем, препятствующих достижению положительного влияния на экономику. К числу таких проблем относятся высокая конкуренция, недостаток квалифицированного персонала, а также экономическая нестабильность, которая может достаточно негативно сказаться на доходах ресторанов.

Развитие ресторанной индустрии в национальном сегменте напрямую связано с местным сельским хозяйством. Около 70% территории в Республике Татарстан используется сельскохозяйственными угодьями. По словам главы Представительства Федерации рестораторов и отельеров (ФРИО) Нурислама Шарифулина, рестораны национальной кухни в Казани обладают высокой рентабельностью, во многом благодаря использованию местной продукции. Их бизнес-модель основана на продаже дорогих блюд с низкими затратами, что является мечтой для многих рестораторов.

В феврале 2024 года оборот ресторанного бизнеса в Республике Татарстан составил 5,9 млрд рублей. По сравнению с январем 2024 года, в сопоставимых ценах он вырос на 6,4 %, а по отношению к январю 2023 года – на 10,9 %. В первые два месяца 2024 года оборот ресторанного бизнеса составил 11,5 млрд рублей, что на 7,9 % превышает показатели аналогичного периода 2023 года. В сравнении с тем же периодом 2022 года рост составил 16,3 %. Согласно данным Росстата, в отчете о социально-экономическом состоянии страны, общий оборот предприятий общественного питания в Республике за период с января по октябрь 2024 года достиг 65,2 млрд рублей, что на 8,2 % больше по сравнению с аналогичным периодом 2023 года. Татарстан является лидером по объему оборота в сфере общественного питания среди региона Приволжского федерального округа.

Главную роль в данном достаточно перспективном направлении играет выделение тенденций развития перспективных региональных моделей. Фастфуд и сервисы доставки быстрого питания набирают большие обороты. Развитию этого тренда способствовала пандемия 2020 года, когда рестораторы акцентировали внимание на скорости обслуживания и доступных ценах на блюда. Согласно официальной статистике, пережить пандемию не удалось порядку 16 % заведений от отрасли. По словам генерального директора Ассоциации рестораторов и отельеров (АРИО) Татарстана Галины Шарафутдиновой: «Столовые популярны и будут популярны в ближайшее время, потому что сейчас это современные заведения». Галина Шарафутдинова также отметила несколько сетей столовых, подчеркнув, что они настолько изменились, что соответствуют всем критериям кафе и при этом обеспечивают качественное питание.

Несмотря на существующие вызовы, ресторанный бизнес продолжает развиваться. Внедряются инновационные подходы такие как, использование цифровых технологий, развитие служб доставки и создание уникальных концепций, что позволяет ресторанам оставаться

конкурентоспособными на достаточно насыщенном рынке. Анализ предприятий ресторанного бизнеса показывает, что отрасль играет значительную роль в экономическом развитии Республики Татарстан, а также становится центром социального взаимодействия и культурной жизни, способствуя популяризации национальной кухни и укреплению идентичности региона.

Список литературы

1. Региональные тренды развития ресторанного бизнеса в Республике Татарстан. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnye-trendy-razvitiya-restorannogo-biznesa-v-respublike-tatarstan/viewer>
2. Галина Шарафутдинова: «Спрос на формат «уличной еды» в Казани будет расти». URL: <https://realnoevremya-ru.turbopages.org/realnoevremya.ru/s/articles/278066-trendy-ob-schepita-kazani-v-2023-godu>
3. Пандемийный кризис: эксперт рассказала о будущем ресторанного бизнеса в Казани. URL: <https://sntat.ru/news/pandemiynyy-krizis-ekspert-rasskazala-o-buduschem-restorannogo-biznesa-v-kazani-5818617>
4. В Татарстане на 18% выросло количество ресторанов, где в меню добавили блюдо национальной кухни. URL: <https://realnoevremya-ru.turbopages.org/realnoevremya.ru/s/news/270842-v-rt-vyroslo-kolichestvo-restoranol-gde-dobavili-blyuda-nacionalnoy-kuhni>
5. Культура и еда в Казани: роль национальных традиций в развитии ресторанного бизнеса. URL: <https://restoranoved.ru/magazines/nomer-9-2021/kultura-i-eda-v-kazani-rol-natsionalnyh-traditsiy-v-razvitiy-restorannogo-biznesa/?ysclid=m4fy1ykuk22573189>
6. Общепит Татарстана за первые месяцы 2024 года увеличил оборот. URL: <https://rt.rbc.ru/tatarstan/freenews/660fc2039a79478b84719664?ysclid=m4fz0mm7ut694681819>

Narzieva Kamila Safarovna,

Student,

Kazan Innovate University named after V.G. Timiryasov (IEML)

ANALYSIS OF THE RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN AND ITS IMPACT ON THE ECONOMY OF THE REPUBLIC

Abstract. The relevance of the study is due to the significant contribution of the restaurant business to the economy of the Republic of Tatarstan, where it creates jobs and stimulates related industries. The degree of study of the problem shows the need for a deep analysis of the interaction of the restaurant industry and the economic mechanism of the region. The purpose of the work is to identify factors influencing the development of restaurants, including the influence of national cuisine and regional products. The main results confirm the positive dynamics of growth in the turnover of the restaurant business and its contribution to the economy, despite the existing problems. The findings emphasize the importance of sustainable development through innovation and strategic planning. The theoretical significance of the work lies in expanding ideas about the restaurant industry, the practical – in developing recommendations for improving competitiveness.

References

1. Regional trends in the development of the restaurant business in the Republic of Tatarstan. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnye-trendy-razvitiya-restorannogo-biznesa-v-respublike-tatarstan/viewer>
2. Galina Sharafutdinova: "The demand for the street food format in Kazan will grow." Available at: <https://realnoevremya-ru.turbopages.org/realnoevremya.ru/s/articles/278066-trendy-ob-schepita-kazani-v-2023-godu>
3. Pandemic financial crisis: the expert spoke about the future of the restaurant business in Kazan. Available at: <https://sntat.ru/news/pandemiynyy-krizis-ekspert-rasskazala-o-buduschem-restorannogo-biznesa-v-kazani-5818617>

4. The number of restaurants in Tatarstan has increased by 18%, where a dish of national cuisine has been added to the menu. Available at: <https://realnoevremya-ru.turbopages.org/realnoevremya.ru/s/news/270842-v-rt-vyroslo-kolichestvo-restoranol-gde-dobavili-blyuda-nacionalnoy-kuhni>

5. Culture and food in Kazan: the role of national traditions in the development of the restaurant business. Available at: <https://restoranolved.ru/magazins/nomer-9-2021/kultura-i-eda-v-kaza>

6. Tatarstan's catering increased its turnover in the first months of 2024. Available at: <https://rt.rbc.ru/tatarstan/freenews/660fc2039a79478b84719664?ysclid=m4fz0mm7ut694681819>

УДК 658.1

Рысаев Дмитрий Александрович,

студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия,

Хайруллина Диана Ильдусовна,

научный руководитель: к. э. н., доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ПО МСФО КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ДОВЕРИЯ И МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация. Статья рассматривает влияние прозрачной финансовой отчетности, составленной по международным стандартам (МСФО), на уровень доверия сотрудников предприятий сферы гостеприимства. Раскрывается роль финансовой прозрачности в укреплении внутренней стабильности, снижении текучести кадров. Приводятся примеры использования данных отчетности для разработки кадровых стратегий и систем мотивации. В заключении предложены рекомендации по внедрению стандартов МСФО для компаний гостиничного бизнеса, стремящихся улучшить свою корпоративную культуру и повысить конкурентоспособность.

Прозрачность и доступность финансовой отчетности становятся важными аспектами для современных компаний, особенно в сфере гостеприимства. В этой индустрии взаимодействие между сотрудниками и клиентами имеет решающее значение для достижения успеха. Четкая финансовая информация помогает укрепить доверие клиентов и партнеров, что, в свою очередь, способствует развитию бизнеса. Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) предоставляют организациям эффективный инструмент для демонстрации своей финансовой стабильности и социальной ответственности. Следуя этим стандартам, компании могут обеспечить высокое качество своей отчетности, что позволяет им не только соответствовать законодательным требованиям, но и повысить уровень доверия со стороны заинтересованных сторон.

В сфере гостеприимства, где важен каждый контакт с клиентом, открытость финансовой информации способствует формированию корпоративной культуры, ориентированной на честность и ответственность. Компании, которые активно делятся своими финансовыми результатами и инициативами в области социальной ответственности, не только укрепляют свою репутацию, но и создают более прочные связи с клиентами и обществом в целом. Таким образом, прозрачность в финансовой отчетности становится важным элементом для достижения устойчивого роста и конкурентоспособности.

Роль МСФО в укреплении доверия персонала. Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) играют важную роль в формировании прозрачной финансовой среды внутри организаций. Они обеспечивают сотрудников компаний доступом к актуальной и важной для них

информации о финансовом состоянии производства [1]. Наличие данных критично в периоды финансовой нестабильности компании, когда как отсутствие достоверных фактов о отчетности может существенно снизить уровень тревожности и неопределенности среди сотрудников. Когда компании придерживаются стандартов МСФО, они показывают свою открытость и честность. Это создает у работников достаточный уровень доверия к руководству, уверенность в том, что они могут принять эту информацию и доверять ей. Например, организации, публикующие квартальные или годовые отчеты, которые отражают устойчивый рост выручки и прибыли, формируют у сотрудников ощущение стабильности. Сотрудники начинают верить в долгосрочный и успешный рост компании и осознают, что их деятельность на предприятии имеет реальную ценность для достижения целей как компании, так и лично каждого работника.

Доступная отчетность также способствует улучшению отношений между руководством компании и простым персоналом. Когда сотрудники имеют доступ к данным о финансовых результатах компании, не важно положительные они, или нет, это создает атмосферу доверия и взаимопонимания в коллективе. Работники видят, что руководство открыто делится информацией, что позволяет им лучше понимать будущие действия компании и свою роль в достижении ею успеха. В результате у сотрудников формируется чувство причастности к успехам организации, и данный фактор позитивно сказывается на дисциплине команды и повышает уровень вовлеченности в общее дело.

Исходя из вышесказанного, внедрение МСФО не только улучшает качество финансовой отчетности, но и способствует созданию более стабильного и доверительного рабочего климата в организации. Это особенно важно для долгосрочного и устойчивого развития компании и повышения ее уровня привлекательности для потенциальных работников в перспективе, что важно, как работнику, так и работодателю.

Финансовая отчетность как инструмент мотивации. Финансовая отчетность является важным инструментом, который может эффективно повысить мотивацию сотрудников. Она предоставляет работникам ясное представление о финансовом состоянии компании, что позволяет им осознать, как их вклад влияет на общие результаты. Когда сотрудники понимают, что их усилия непосредственно связаны с успехами бизнеса, это способствует формированию чувства принадлежности и ответственности за достижения компании. Это осознание может стимулировать их к более активной и продуктивной работе.

Кроме того, экономическая отчетность служит базой для разработки систем поощрений и оценки эффективности каждого работника как часть группы, и саму группу в целом. Например, достижение определенных финансовых целей, к примеру, как увеличение чистой прибыли по отношению к предыдущему году, может привести к выплате дополнительных вознаграждений, что побуждает работников прилагать больше усилий и стимулировать результат, исходя из того, что «свободные» финансовые ресурсы. Такая практика не только увеличивает производительность, но и создает эффективную конкурентную атмосферу внутри коллектива [2].

Наконец, регулярное предоставление отчетности компании способствует укреплению доверия между руководством и персоналом [3]. Открытость в вопросах финансов создает атмосферу взаимопонимания и уважения, где сотрудники ощущают свою ценность в команде. Это доверие может снизить текучесть кадров и повысить лояльность работников к компании и работе, в частности. В итоге, организации, использующие способ публикации финансовой отчетности как инструмент воздействия на мотивацию работников, могут рассчитывать на более высокий уровень доверия и удовлетворенности своих сотрудников, что, в свою очередь, положительно сказывается на успехе бизнеса.

Компании в сфере гостеприимства, внедряющие МСФО как средства поощрения сотрудников, получают значительное конкурентное преимущество, перед теми, которые не используют прозрачную систему информационного обеспечения отчетности. Доступность финансовой отчетности способствует росту лояльности сотрудников и повышению качества услуг, создавая благоприятную корпоративную среду.

Исходя из того, к чему я пришел выше, могу предложить несколько шагов, которые возможны для повышения мотивации при помощи внедрения принципов МСФО в компании:

1. Обучение сотрудников:
 - Организуйте тренинги по основным разделам МСФО, чтобы сотрудники понимали, как воспринимать результаты отчетности компании.
 2. Регулярная отчетность:
 - Публикуйте финансовые результаты и достижения сотрудников и компании, чтобы каждый работник понимал свою ценность в общий успех.
 3. Программы поощрения:
 - Внедрите системы поощрений за успехи сотрудников, основанные на финансовых показателях, и свободных финансовых ресурсах.
 4. Обратная связь от клиентов:
 - Создайте механизмы для получения отзывов, что поможет эффективно улучшать качество услуг и удовлетворять потребности клиентов.
- Следуя этим рекомендациям, компании смогут повысить корпоративный дух, что, в свою очередь, приведет к устойчивому развитию бизнеса.

Список литературы

1. Баранов И. В. Международные стандарты финансовой отчетности: теория и практика. Москва: Финансовый университет, 2020.
2. Кузнецова А. Н. Финансовая отчетность и ее роль в управлении компанией. Санкт-Петербург: Питер, 2019.
3. Сидоров П. М. Прозрачность финансовой отчетности как фактор доверия сотрудников // Журнал финансового менеджмента. 2021. Т. 12, № 3. С. 45-58.

Rysaev Dmitry Alexandrovich,

student,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,
Kazan, Russia

Khairullina Diana Ildusovna,

Ph.D. in Economics, Associate Professor,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,
Kazan, Russia

IFRS FINANCIAL REPORTING AS A TOOL FOR INCREASING CONFIDENCE AND MOTIVATION OF STAFF IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

Abstract. The article examines the impact of transparent financial statements prepared according to international standards (IFRS) on the level of trust of employees of hospitality enterprises. The role of financial transparency in strengthening internal stability and reducing staff turnover is revealed. Examples of the use of reporting data for the development of HR strategies and motivation systems are given. In conclusion, recommendations on the implementation of IFRS standards for hotel companies seeking to improve their corporate culture and increase competitiveness are proposed.

References

1. Baranov I. V. International financial reporting standards: theory and practice. Moscow: Financial University, 2020.
2. Kuznetsova A. N. Financial reporting and its role in company management. St. Petersburg: Peter, 2019.
3. Sidorov P. M. Transparency of financial statements as a factor of employee trust // Journal of Financial Management. 2021. Vol. 12, No. 3. pp. 45-58.

Салаватуллина Анастасия Романовна,
студент,
Бушуева Наталья Евгеньевна,
студент,
научный руководитель: **Скорнякова Анна Алексеевна,**
к .э. н., доцент,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ТРАНСПОРТНЫЕ РАСХОДЫ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА

Аннотация. Транспортные расходы играют ключевую роль в туристической деятельности, формируя значительную часть бюджета путешественников и туроператоров. Они включают международные и внутренние перевозки, трансферы и экскурсионные поездки. Основными факторами, влияющими на величину затрат, являются тип транспорта, расстояние, сезонность и уровень комфорта. Грамотное управление, включая использование технологий и оптимизацию маршрутов, помогает снижать издержки, делая поездки более доступными и экономически выгодными.

Туризм всегда являлся популярной и востребованной сферой во всем мире, так и на сегодняшний день продолжает играть значимую роль в экономике любого государства. В частности в Российской Федерации, несмотря на текущие сложные отношения с другими странами, санкции и закрытые границы, общество остается мобильным, что стимулирует процветание внутреннего туризма и помогает сектору становиться все более востребованным [1]. Вместе с отраслью в целом, активно развивается и транспортная инфраструктура, неразрывно связанная с туристической сферой, что подкрепляет экономический рост государства [2].

В туристической области транзит занимает действительно весомую часть. Основным факторов такого положения является факт того, что любое путешествие сопровождается поездками того или иного вида. Туристический маршрут, так или иначе, на определенном этапе требует транспортировку людей до места, являющегося целью поездки, будь то экскурсия, развлекательное мероприятие или сбор для возвращения к месту размещения (отель, гостиница и др.). Транспорт, как правило, изначально включается в туристическое предложение, поэтому туристическая сфера и транзит неразрывно связаны [3].

Для предприятий, занимающихся оказанием туристических услуг крайне важно грамотно рассчитывать транспортные расходы, так как для них они составляют одну из ключевых статей затрат, оказывая значительное влияние на формирование стоимости услуг и финансовый результат компаний. Рассмотрим особенности транспортных расходов в туристической деятельности.

Транспортные расходы туристических компаний связаны с организацией перевозки туристов между пунктами назначения, а также с внутренними перемещениями в рамках маршрута (трансферы и экскурсии). Важность учета транспортных затрат обусловлена необходимостью грамотного налогового планирования, минимизации рисков и обеспечения рентабельности бизнеса.

К основным видам транспортных расходов можно отнести:

1. Международные и межрегиональные перевозки. Туроператоры (создатели туристической услуги) организуют авиаперелеты, железнодорожные поездки или автобусные туры, обеспечивая доставку клиентов к местам отдыха. Затраты на такие перевозки часто включаются в турпакет и оплачиваются заранее.

2. Трансферы, то есть перевозки от аэропорта или вокзала до места размещения и обратно. Трансферы бывают индивидуальными или групповыми, что существенно влияет на их стоимость.

3. Экскурсионные поездки. Они включают автобусные и автомобильные перевозки в рамках экскурсионных маршрутов, например, посещение достопримечательностей.

4. Внутренние расходы компании – это затраты на служебные поездки сотрудников, в том числе связанные с инспекцией объектов размещения, организации маршрутов и переговорами с партнерами.

Правильный учет и управление такими расходами – важный аспект в деятельности туроператоров и турагентов, так как эти затраты имеют сложную структуру и тесно связаны с особенностями оказания туристических услуг.

Транспортные расходы чаще всего включаются в турпакет, таким образом, формируя его общую стоимость. В зависимости от специфики договора с клиентом и выбранной системой налогообложения учет этих затрат может значительно отличаться, например:

На общей системе налогообложения (ОСНО): расходы на транспорт включаются в себестоимость услуги, а НДС, указанный в счетах поставщиков услуг, т.е. уплаченный им, можно принимать к вычету при наличии корректно оформленных соответствующих документов.

На упрощенной системе налогообложения (УСН): транспортные расходы признаются в составе затрат при объекте налогообложения «доходы минус расходы», если они документально подтверждены и связаны с предпринимательской деятельностью.

Патентная система налогообложения (ПСН): транспортные затраты учитываются детально только при расчете общей стоимости тура и не требуют отдельного налогового учета.

На величину транспортных расходов влияет множество факторов, например:

1. Тип транспорта. Авиаперелеты зачастую обходятся дороже других видов перевозок, особенно дальних международных рейсах. Автобусные поездки или путешествия на автомобиле более экономичны. Железнодорожные перевозки занимают промежуточное положение и часто выбираются за соотношение между стоимостью, скоростью и комфортом.

2. Расстояние маршрута. Чем длиннее поездка, тем выше стоимость билетов или аренды. Кроме того, на цену сказывается и тип маршрута: прямые рейсы обычно дороже транзитных, однако последние могут увеличить общее время поездки.

3. Сезонность. В высокий туристический сезон, то есть в летние месяцы, праздники и каникулы, спрос на транспортные услуги возрастает, что неизбежно приводит к росту цен. В это время туристам особенно важно заранее бронировать билеты, чтобы избежать переплат.

4. Уровень комфорта и класс обслуживания. Например, перелет в эконом-классе стоит значительно дешевле, чем в бизнес-классе, но уровень сервиса и удобства также будет ниже.

5. Включение транспортных расходов в стоимость тура. Туристические агентства часто заключают договоры с перевозчиками, это позволяет снижать стоимость транспортных услуг за счет оптовых контрактов.

Управление транспортными расходами – важная задача для туристических компаний. Одним из наиболее эффективных способов снижения издержек является заключение долгосрочных договоров с авиакомпаниями, железнодорожными перевозчиками или автобусными операторами. Это позволяет получать льготные тарифы и экономить на маршруте. Такая оптимизация маршрутов помогает сократить и расходы. Например, туристические компании стараются планировать поездки так, чтобы минимизировать количество пересадок или группировать экскурсии по регионам, уменьшая расходы на транспорт.

Технологии играют важную роль в управлении транспортными расходами. Онлайн-платформы и специальные программные решения позволяют сравнивать цены на билеты, находить более выгодные предложения и планировать с ними маршруты. Использование таких инструментов облегчает поиск оптимальных решений как для индивидуальных туристов, так и для туроператоров. Дополнительная экономия достигается за счет использования групповых перевозок, где расходы на транспорт делятся между всеми участниками.

Для индивидуальных туристов существует несколько таких же простых, но эффективных способов снижения транспортных расходов. Во-первых, это раннее бронирование билетов. Чем раньше турист приобретает билет, тем ниже его стоимость. Также возможность вы-

бора даты и времени поездки позволяет избежать переплат: цены на билеты на рейсы в середине недели или на непопулярные часы часто ниже. Кроме того, важно сравнивать цены на разных онлайн-платформах и использовать альтернативные виды транспорта. Например, вместо аренды автомобиля можно воспользоваться общественным транспортом или услугами каршеринга.

Таким образом, транспортные расходы представляют собой значимую часть затрат в туристической деятельности. Их грамотное планирование позволяет не только снизить затраты, но и сделать путешествие более удобным и доступным. Туристические компании могут добиться этого через партнерство с перевозчиками, использование технологий и оптимизацию маршрутов, а индивидуальные путешественники – через раннее бронирование и гибкий подход к планированию поездки. Умение управлять транспортными расходами открывает перед туристами новые горизонты и делает путешествия более комфортными и увлекательными.

Список литературы

1. Николенко П. Г., Терехов А. М. Анализ состояния туристской отрасли в России и направления ее развития // Статистика и экономика. – 2022. – № 4. – С. 237-239.
2. Иванова Ю. О., Григорьева В. В., Поздняков К. К. – Влияние туризма на национальную экономику и методы его оценки: обзор литературы // Финансы и управление. – 2022. – № 1 – С. 58-73.
3. Головлев, А. Е. Роль транспорта в развитии внутреннего туризма / А. Е. Головлев // Лучшие студенческие исследования: сборник статей VI Международного научно-исследовательского конкурса, Пенза, 10 января 2022 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022. – С. 67-71.

Anastasia Romanovna Salavatullina,

student,

Natalia Evgenievna Bushueva,

student,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEML)

TRANSPORTATION COSTS IN TOURISM ACTIVITIES

Abstract. Transportation costs play a key role in tourism activities, forming a significant part of the budget of travelers and tour operators. These include international and domestic transportation, transfers and sightseeing trips. The main factors influencing the amount of costs are the type of transport, distance, seasonality and comfort level. Good management, including the use of technology and route optimization, helps to reduce costs, making trips more affordable and cost-effective.

References

1. Nikolenko P. G., Terekhov A.M. Analysis of the state of the tourism industry in Russia and the directions of its development // Statistics and economics. – 2022. – No.4. – pp.237-239.
2. Ivanova Yu.O., Grigorieva V.V., Pozdnyakov K.K. - The influence of tourism on the national economy and methods of its assessment: a literature review // Finance and Management. – 2022. – No. 1 – pp.58-73.
3. Golovlev, A. E. The role of transport in the development of domestic tourism / A. E. Golovlev // The best student studies: collection of articles of the VI International Scientific Research Competition, Penza, January 10, 2022. – Penza: Science and Education (IP Gulyaev G.Yu.), 2022. – pp. 67-71.

Синявская Дарья Денисовна,
студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

Хайруллина Диана Ильдусовна,
Н. рук.: к. э. н., доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕРВИСА

Аннотация. Предприятия сервиса – это такие предприятия, которые оказывают огромный спектр услуг и работ, а также изготавливают продукцию по заказам клиентов. Одной из основных проблем в деятельности таких предприятий, как предприятия сервиса является возникновение дебиторской задолженности, которая своевременно не погашается. В статье рассмотрен наиболее важный аспект управления на предприятии – это внутренний контроль дебиторской задолженности.

Одним из важнейших аспектов финансового управления является внутренний контроль дебиторской задолженности. На предприятиях сервиса к дебиторской задолженности относятся задержки в расчетах ненадежных покупателей, заказчиков, которые потребляют те или иные услуги. Поэтому компаниям данной отрасли следует уделить внимание организации тщательного учета и внутреннего контроля дебиторской задолженности.

Регистрация дебиторской задолженности и ведение реестров клиентов с указанием сроков оплаты с использованием автоматизированных программ, а также организация кредитной политики могут значительно повысить уровень внутреннего контроля задолженности. Многие компании пользуются услугами Интернет-ресурсов для анализа платежеспособности клиентов перед предоставлением своих услуг в кредит. Все эти пункты не будут работать, если не проводить регулярный мониторинг задолженности, данная процедура позволит выявить и классифицировать задолженность по степени риска для дальнейшего принятия решений руководства компании.

Если у контрагента приближается срок оплаты следует настроить уведомления для клиента о приближении момента платежа, обучить своих сотрудников, ответственных за работу с клиентами, грамотному подходу к работе с дебиторами.

Наличие достаточно высокой дебиторской задолженности будет свидетельствовать и о увеличении сроков погашения, кроме того, будет замедляться оборачиваемость, следовательно, это скажется отрицательно на деятельности предприятий сервиса.

В случае превышения допустимых норм дебиторской задолженности компаниям сервиса следует рассмотреть вариант использования кредитных инструментов для покрытия ликвидности. К таким источникам финансирования можно отнести краткосрочные кредиты, овердрафт, альтернативным решением может стать и факторинг. Эти инструменты помогут компаниям сервиса преодолеть финансовые трудности в части расчетов с дебиторами и более эффективным станет управление финансовыми потоками компании в будущем. Следует также разработать: «положение «О внутреннем контроле за состоянием дебиторской задолженности», который должен описывать регламент работы, информацию о правах и обязанностях сотрудников, участвующих в процессе управления и анализа состояния клиентов, контроля, продаж, отгрузок» [2]. Кроме того, в штате предприятия сервиса создать отдел внутреннего контроля, либо наделить такими полномочиями конкретного сотрудника.

Таким образом, к задачам внутреннего контроля дебиторской задолженности на предприятиях сервиса можно отнести:

1. Организация контроля за движением дебиторской задолженности.

2. Планирование резерва по сомнительным долгам.
3. Оценка степени риска неплатежеспособности клиентов.
4. Уменьшение уровня дебиторской задолженности посредством внутреннего контроля.

Таким образом, организациям сферы услуг в предотвращении серьезных финансовых рисков, связанных непосредственно с высоким уровнем дебиторской задолженности, поможет справиться эффективная система внутреннего контроля, которая позволит не только своевременно выявлять проблемы с оплатами от клиентов, но и грамотно распределять свои финансовые ресурсы.

Список литературы

1. Сергиенко, О. В. Организация внутреннего контроля дебиторской задолженности / О. В. Сергиенко, В. А. Грекова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 15 (149). – С. 464–467. – URL: <https://moluch.ru/archive/149/42047>
2. Закиева Г. И., Ахтамова Г. А. Внутренний контроль управления дебиторской задолженностью, совершенствование системы // Журнал Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук – 2013. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21059913>

Sinyavskaya Daria Denisovna,

student,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,
Kazan, Russia

Khairullina Diana Ildusovna,

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,
Kazan, Russia

INTERNAL CONTROL OF ACCOUNTS RECEIVABLE AT SERVICE ENTERPRISES

Abstract. Service enterprises are such enterprises that provide a huge range of services and works, as well as manufacture products according to customer orders. One of the main problems in the activities of enterprises such as service enterprises is the occurrence of receivables that are not repaid on time. The article discusses the most important aspects of management in an enterprise – the internal control of accounts receivable.

References

1. Sergienko, O. V. Organization of internal control of accounts receivable / O. V. Sergienko, V. A. Grekova. – Text : direct // Young scientist. – 2017. – № 15 (149). – Pp. 464-467. – URL: <https://moluch.ru/archive/149/42047/>
2. Zakieva G. I., Akhtamova G. A. Internal control of accounts receivable management, improvement of the system//Journal of Actual problems of Humanities and Natural Sciences – 2013. – URL <https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrenniy-kontrol-upravleniya-debitorskoy-zadolzhennostyu-sovershenstvovanie-sistemy/viewer>

Сулейманова Аделия Ильнарровна,

студент,

Казанский Инновационный Университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

Андропова Екатерина Сергеевна,

к. э. н, доцент,

Казанский Инновационный Университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ СЕРВИСА В РФ

Аннотация. В данной работе рассматриваются основные проблемы, с которыми сталкивается индустрия сервиса в России.

Современное развитие рыночных отношений в России привело к насыщению рынка стандартизированными товарами и услугами, что сделало систему сервиса предприятия ключевым фактором для формирования конкурентных преимуществ. Вопросы, касающиеся разработки сервисного продукта и общего развития сервисной деятельности, требуют решения через установление эффективных коммуникаций с потребителем, чтобы обеспечить ему положительное впечатление от обслуживания в компании.

Сфера услуг занимает все более важное место в экономике России, составляя значительную долю валового внутреннего продукта и обеспечивая рабочие места для населения. Тем не менее, ее развитие сталкивается с рядом серьезных проблем, которые мешают достижению международных стандартов качества и конкурентоспособности на мировом рынке. В условиях санкционного давления и необходимости импортозамещения развитие высококачественного сервисного сектора приобретает стратегическое значение для диверсификации экономики и повышения ее устойчивости [2].

Данное исследование охватывает множество проблем, среди которых выделяются такие, как:

1. Низкий уровень качества обслуживания, проявляющийся в недостаточном профессионализме сотрудников, игнорировании стандартов сервиса и недостаточном внимании к потребностям клиентов. Эти проблемы обусловлены недостаточной профессиональной подготовкой и мотивацией работников, а также отсутствием действенных механизмов контроля качества. Нехватка развитой инфраструктуры, особенно в отдаленных регионах, также представляет собой значительное препятствие для развития сервисного сектора.

2. Недостаток квалифицированных кадров. Существует значительная нехватка специалистов, обладающих необходимыми навыками и компетенциями в сфере сервиса. Данная проблема обусловлена низким уровнем образования в этой области, отсутствием действенных программ обучения и переподготовки сотрудников, а также недостаточной мотивацией к работе в секторе услуг. Слабо развитая нормативно-правовая база: Недостатки в законодательстве, регулирующем деятельность сервисных предприятий, создают препятствия для их развития и приводят к неравномерному применению правил.

3. Значительная стоимость услуг. В определенных областях сервисной индустрии фиксируется высокая стоимость услуг, что затрудняет их доступность для широких слоев населения. Это обусловлено значительными расходами на ведение бизнеса, включая выплаты заработной платы, аренду помещений и налоговые обязательства.

4. Недостаток инноваций. Замедленное развитие по сравнению с мировыми трендами в области сервисных технологий, а также недостаточные инвестиции в разработку и внедрение новых решений. Это негативно сказывается на конкурентоспособности российских сервисных компаний.

5. Низкий уровень цифровизации. Ограниченное применение цифровых технологий в сфере услуг, что сдерживает рост эффективности, ухудшает качество обслуживания и сужает рынок.

6. Недостаточная государственная поддержка. Отсутствие целенаправленной государственной политики, недостаток финансовых стимулов и инвестиций в развитие индустрии сервиса ограничивают потенциал ее роста [1].

В завершение, следует отметить, что развитие сервисной отрасли в России обладает значительным потенциалом, однако его реализация ограничивается целым рядом взаимосвязанных трудностей. Основные проблемы включают низкое качество обслуживания, недостаточная инфраструктура, нехватка квалифицированного персонала, недоработки в законодательстве и низкие уровни цифровизации. Для успешного преодоления этих проблем необходим целостный подход, который должен охватывать как государственное содействие (инвестиции в инфраструктуру, образование и инновации, усовершенствование правовой базы), так и активные усилия со стороны самих компаний (внедрение новых технологий, повышение квалификации работников, акцент на потребности клиентов). Только при условии скоординированных действий государства и бизнеса возможно обеспечить устойчивое развитие российской сервисной отрасли и увеличить ее конкурентоспособность на глобальной арене.

Список литературы

1. Проблемы и перспективы развития индустрии сервиса, торговли и общественного питания в современной России [Текст]: материалы международной научно-практической конференции / Авт. некоммерческая орг. высш. образования Центросоюза Российской Федерации «Российский ун-т кооперации», Казанский кооперативный ин-т ; [под. ред. И. Т. Насретдинова]. – Москва : Издательский дом Центросоюза, 2020. – 491 с.

2. Мордасова, Е. В. Современное развитие сервиса в России: проблемы и перспективы / Е. В. Мордасова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 3 (241). – С. 194-196.

3. Библиотека маркетолога. URL: <https://www.marketing.spb.ru>

Suleymanova Adelia Ilnarovna,

student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,

Kazan, Russia

Andronova E.S.,

PhD in Economics, Associate Professor,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,

Kazan, Russia

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE SERVICE INDUSTRY IN THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract. This paper examines the main problems faced by the service industry in Russia.

References

1. Problems and prospects for the development of the service, trade and catering industry in modern Russia [Text]: materials of the international scientific and practical conference / Auth. non-profit organization of higher education of the Central Union of the Russian Federation "Russian University of Cooperation", Kazan Cooperative Institute; [ed. by I. T. Nasretdinov]. - Moscow: Publishing house of Centrosoyuz, 2020. - 491 p.

2. Mordasova, E. V. Modern development of service in Russia: problems and prospects / E. V. Mordasova. - Text: direct // Young scientist. - 2019. - No. 3 (241). - P. 194-196.

3. Marketer's library <https://www.marketing.spb.ru/>

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИКИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Экономика гостиничного предприятия представляет собой комплекс процессов, направленных на обеспечение комфортного размещения гостей и предоставление широкого спектра сопутствующих услуг. Как самостоятельный субъект экономики, гостиница стремится к постоянному извлечению прибыли через удовлетворение потребностей туристов и путешественников. Особенности гостиничного бизнеса включают высокую степень конкуренции, сезонность спроса и разнообразие форматов предприятий – от транснациональных сетей до семейных гостиниц и хостелов. Экономика гостиничных предприятий охватывает все аспекты их деятельности, начиная от расходов на заработную плату и организацию питания до маркетинга и ремонта оборудования. Важной особенностью этого сектора является его вклад в национальную экономику через создание рабочих мест, развитие туристической инфраструктуры и пополнение государственного бюджета.

Экономика гостиничного предприятия – это совокупность внутренних и внешних процессов, связанных с предоставлением услуг по комфортному размещению гостей и предоставлению комплекса дополнительных услуг. Гостиничное предприятие является самостоятельным субъектом экономики, цель которого – регулярное извлечение прибыли.

Особенности гостиничного бизнеса заключаются в ориентации на удовлетворение потребностей туристов и путешественников, предоставлении полного спектра услуг, включая трансфер, питание, конференц-залы и бытовое обслуживание. Структура гостиничного бизнеса включает различные типы гостиниц, такие как транснациональные сети отелей, семейные гостиницы и мини-отели.

Особенности экономики гостиничного предприятия включают: 1) Предприятие является самостоятельным субъектом экономики, цель которого – регулярное извлечение прибыли; 2) Гостиничный бизнес ориентирован на удовлетворение потребностей туристов и путешественников; 3) Структура гостиничного бизнеса включает различные типы гостиниц, такие как транснациональные сети отелей, семейные гостиницы и мини-отели; 4) Гостиничные предприятия функционируют по тем же законам, что и предприятия других сфер, с учетом особенностей размещения, территории и региона; 5) Гостиницы предоставляют полный спектр услуг, включая трансфер, питание, конференц-залы и бытовое обслуживание; 6) Гостиничный бизнес играет важную роль в национальном хозяйстве, налаживая экономические связи, принося доходы в государственный бюджет и развивая инфраструктуру досуга и развлечений.

Гостиничные предприятия функционируют по тем же законам, что и предприятия других сфер, с учетом особенностей размещения, территории и региона. Гостиницы играют важную роль в национальном хозяйстве, налаживая экономические связи, принося доходы в государственный бюджет и развивая инфраструктуру досуга и развлечений.

Экономика гостиничного предприятия также включает расходы на заработную плату, организацию питания, продажу напитков, административные расходы, амортизационные отчисления, содержание и ремонт оборудования, оплату энергоносителей, маркетинговые исследования и организацию маркетинговых мероприятий.

Таким образом, экономика гостиничного предприятия является важной составляющей экономики страны, обеспечивает занятость населения, создает дополнительные рабочие места и способствует развитию инфраструктуры туризма и отдыха.

Также, гостиничный бизнес отличается рядом специфических особенностей, которые отличают его от других секторов экономики. Во-первых, он ориентирован на удовлетворение

потребностей туристов и путешественников, предоставляя им не только комфортное размещение, но и широкий спектр дополнительных услуг. Во-вторых, гостиничный бизнес обладает сезонностью, что означает колебания спроса на услуги в зависимости от времени года и праздничных дней. В-третьих, гостиничный бизнес характеризуется высокой конкуренцией, особенно в крупных городах и популярных туристических направлениях.

Структура гостиничного бизнеса

В зависимости от масштаба, типа предоставляемых услуг и целевой аудитории, гостиничный бизнес представлен различными форматами гостиниц: Транснациональные сети отелей, Семейные гостиницы, Мини-отели, Апартаменты, Хостелы, Мотели.

Каждый формат гостиницы имеет свои особенности и преимущества. Транснациональные сети отелей отличаются высоким уровнем стандартизации услуг и широкой географической сетью. Семейные гостиницы обычно предлагают более индивидуальный подход к гостям и уютную атмосферу. Мини-отели, как правило, более доступны по цене и предназначены для краткосрочного проживания. Апартаменты предлагают просторные апартаменты с кухней, подходящие для длительного проживания. Хостелы – бюджетный вариант размещения, ориентированный на путешественников, ценящих социальные взаимодействия. Мотели обычно располагаются вдоль дорог и предлагают удобные условия для остановки на ночь.

Экономика гостиничного предприятия

Гостиничное предприятие функционирует как самостоятельный субъект экономики, стремящийся к регулярному получению прибыли. Основными статьями дохода гостиницы являются: Доходы от размещения, дополнительных услуг, ресторанного обслуживания, конференц-услуг и прочих услуг

Вместе с тем гостиничное предприятие несет ряд расходов, связанных с обеспечением своей деятельности. К основным статьям расходов относятся: заработная плата персонала, организация питания, продажа напитков, административные расходы, амортизационные отчисления, содержание и ремонт оборудования, оплата энергоносителей, маркетинговые исследования и организация маркетинговых мероприятий, влияние гостиничного бизнеса на национальную экономику.

Факторы, влияющие на экономику гостиничного предприятия

Экономика гостиничного предприятия подвержена влиянию различных внешних и внутренних факторов. К ключевым внешним факторам относятся: состояние экономики страны и региона, уровень развития туризма, политическая ситуация, экологическая ситуация, сезонность, конкуренция.

Внутренние факторы, влияющие на экономику гостиничного предприятия, включают: качество предоставляемых услуг, уровень сервиса, ценовая политика, эффективность управления, репутация гостиницы, качество обслуживания.

Финансовые показатели гостиничного предприятия

Для оценки экономической деятельности гостиничного предприятия используются различные финансовые показатели, такие как: валовая прибыль, чистая прибыль, рентабельность, окупаемость инвестиций, оборотные активы, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность.

Анализ этих показателей позволяет оценить финансовую устойчивость гостиницы, ее прибыльность и эффективность управления. Кроме того, они могут использоваться для прогнозирования будущих результатов деятельности.

Современные тенденции в гостиничном бизнесе

Гостиничный бизнес постоянно развивается, реагируя на изменения в потребностях клиентов и технологических достижениях. К современным тенденциям относятся: 1) рост популярности онлайн-бронирования; 2) развитие мобильных приложений для управления бронированием и получения информации о гостинице; 3) повышение спроса на индивидуальные услуги и персонализацию сервиса; 4) усиление роли экологической устойчивости и использования «зеленых» технологий; 5) интеграция технологий искусственного интеллекта в сферу гостиничного бизнеса; 6) следование современным тенденциям позволяет гостиничным предприятиям оставаться конкурентоспособными и привлекать новых клиентов; 7) перспективы

развития гостиничного бизнеса; 8) в будущем гостиничный бизнес будет продолжать развиваться, сталкиваясь с новыми вызовами и возможностями. К ключевым направлениям развития относятся; 9) рост спроса на услуги в сфере экотуризма и устойчивого развития; 10) развитие персонализированного сервиса и технологий искусственного интеллекта; 11) усиление роли социальных медиа в продвижении гостиничных услуг; 12) появление новых форматов гостиниц, отвечающих потребностям современных путешественников.

Гостиничный бизнес будет продолжать играть важную роль в экономике страны, обеспечивая занятость населения, стимулируя развитие туризма и создавая новые возможности для путешественников.

Список литературы

1. Медлик, С. Гостиничный бизнес : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000) / С. Медлик, Х. Инграм ; [пер. с англ. А.В. Павлов]. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 239 с. – ISBN 978-5-238-00792-2 (Зарубежный учебник). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1025557> (дата обращения: 21.11.2024).
2. Малых, Н. И. Экономика гостиничного предприятия : учебное пособие / Н. И. Малых, Н. Г. Можаяева. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2025. – 320 с. – (Среднее профессиональное образование). – ISBN 978-5-00091-811-1. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2169677> (дата обращения: 21.11.2024).
3. Ключевская, И. С. Управление персоналом гостиничного предприятия : учебное пособие / И.С. Ключевская. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 386 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI: 10.12737/1077352. – ISBN 978-5-16-016010-8. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2045985> (дата обращения: 21.11.2024).
4. Вакуленко, Р. Я. Управление гостиничным предприятием: учебное пособие / Р. Я. Вакуленко, Е. А. Кочкурова. – Москва : Университетская книга ; Логос, 2020. – 320 с. – (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98704-272-7. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1214457> (дата обращения: 21.11.2024).
5. Ключевская, И. С. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие / И.С. Ключевская. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 236 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – DOI: 10.12737/textbook_5cf774c423d447.35162144. – ISBN 978-5-16-014427-6. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1855502> (дата обращения: 21.11.2024).

Tazetdinova Aliya Ramilevna,
student,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,
Kazan, Russia

FEATURES OF THE ECONOMY OF THE HOTEL BUSINESS

Abstract. The economy of a hotel enterprise is a complex of processes aimed at providing comfortable accommodation for guests and providing a wide range of related services. As an independent entity of the economy, the hotel strives for constant profit through meeting the needs of tourists and travelers. The features of the hotel business include a high degree of competition, seasonality of demand and a variety of business formats – from multinational chains to family hotels and hostels. The economics of hotel companies cover all aspects of their activities, from payroll and catering expenses to marketing and equipment repairs. An important feature of this sector is its contribution to the national economy through job creation, development of tourism infrastructure and replenishment of the state budget.

References

1. Medlik, S. Hotel business : a textbook for university students studying in the specialties of service (230000) / S. Medlik, X. Ingram ; [trans. from the English A.V. Pavlov]. – Moscow : UNITY-

DANA, 2017. – 239 p. – ISBN 978-5-238-00792-2 (Foreign textbook). - Text : electronic. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1025557> (date of access: 11/21/2024).

2. Malykh, N. I. Economics of a hotel enterprise : a textbook / N.I. Malykh, N.G. Mozhaeva. – Moscow : FORUM : INFRA-M, 2025. – 320 p. – (Secondary vocational education). - ISBN 978-5-00091-811-1. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2169677> (date of access: 11/21/2024).

3. Klyuchevskaya, I. S. Personnel management of a hotel enterprise : a textbook / I.S. Klyuchevskaya. – Moscow : INFRA-M, 2023. – 386 p. – (Higher education: Bachelor's degree). – DOI: 10.12737/1077352. - ISBN 978-5-16-016010-8. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2045985> (date of access: 11/21/2024).

4. Vakulenko, R. Ya. Management of a hotel enterprise: a textbook / R. Ya. Vakulenko, E. A. Kochkurova. - Moscow : University Book ; Logos, 2020. - 320 p. - (New University Library). - ISBN 978-5-98704-272-7. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1214457> (date of access: 11/21/2024).

5. Klyuchevskaya, I. S. Marketing of a hotel enterprise : a textbook / I.S. Klyuchevskaya. – Moscow : INFRA-M, 2022. – 236 p. – (Higher education: Bachelor's degree). – DOI: 10.12737/text-book_5cf774c423d447.35162144. - ISBN 978-5-16-014427-6. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1855502> (date of access: 11/21/2024).

УДК 338.48

Хайртдинова Лия Рустемовна,

студент,

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова,

Казань, Россия

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ИНДУСТРИИ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

Аннотация. Эта статья анализирует меры государственной поддержки сектора услуг и туризма России, особенно в контексте преодоления последствий пандемии COVID-19. Среди глобальных изменений индустрии услуг и туризма играют важную роль в экономике страны, способствуют значительным доходам бюджет, создание рабочих мест и укрепление позиций России на международной арене. Статья рассматривает различные аспекты государственной поддержки, включая (субсидии, гранты и так далее), налоговые льготы, развитие инфраструктуры (строительство, модернизацию, формирование туристических кластеров), обучение специалистов (образовательной программы, стажировки) и продвижение национального туризма.

Финансовая поддержка предпринимателей. В 2020 году российское правительство приняло антикризисные меры, таких как предоставление субсидий и грантов для предприятий туристического отрасли. 2021 году был запущен ряд программ финансирования для поддержки малого и среднего бизнеса в сфере услуг и туризма. Также были введены кредитные каникулы, что позволило многим предприятиям избежать банкротства из-за снижения туристического потока. Программа «Работаю»: малые и средние предприятия смогли получить финансирование для разработки новых туристических продуктов и услуг, что расширило ассортимент предложений на рынке.

Налоговые льготы. Во время пандемии туристические компании получили налоговые послабления, включая снижение налоговых ставок. В некоторых регионах России уменьшили налоги на имущество и прибыль для предприятий, работающих в туристической сфере. Снижение налоговых ставок: в некоторых регионах уменьшили налог на имущество для отелей и туристических компаний, что позволило им снизить расходы и инвестировать развитие.

Развитие инфраструктуры. В рамках программы «Развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» предусмотрено инвестирование в строительство и обновление

объектов туристической инфраструктуры, таких как гостиницы, спортивные сооружения и культурные центры. Эти действия направлены на улучшение качества обслуживания и привлечения большего числа туристов. Программа предусматривает выделение средств на возведение новых объектов, модернизацию существующих объектов и развитие транспортной инфраструктуры, включая автомобильные дороги и аэропорта. Еще одна долгосрочная стратегия – создание туристических кластеров, то есть развитие определенных регионов как туристических направлений развитой инфраструктурой для отдыха и развлечений.

Поддержка кадрового состава. Государственная поддержка включает развитие образовательных программ и подготовку специалистов для сферы туризма, и обслуживания. В 2021-м году были реализованы инициативы по обучению и повышению квалификации сотрудников в этой области. Стажировки и практики. Многие учебные заведения сотрудничают с туристическими компаниями для проведения стажировок, благодаря которым студенты могут осваивать профессии в этой сфере на практике.

Продвижение отечественного туризма. Для развития внутреннего туризма проводится рекламная кампания, например, «Безопасный туризм», цель которых – распространение информации о российских курортах и туристических маршрутах. Туристам предлагается кешбэк, благодаря которому они могут вернуть часть потраченных на путешествия по России денег, что стимулирует спрос и увеличивается интерес к отечественным направлениям.

Государственные гранты и программы поддержки. В рамках государственной программы «Стимулирование спроса на услуги субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере туризма» предоставляются гранты на развитие туристических маршрутов и поддержку новых туристических проектов. Существуют грантовые программы, которые финансируют создание новых туристических маршрутов, таких как экологические, культурные и гастрономические маршруты. Это способствует разработке уникальных предложений и привлечения специфических групп туристов. Кроме того, государство стимулирует внедрение современных технологий туристическом секторе, например, разработку мобильных приложений для туристов и использование онлайн сервиса для бронирования и покупок услуг.

Поддержка экологического туризма. Экологический туризм и агротуризм активно развиваются в последние годы. Государственные программы способствуют созданию и продвижению экологически безопасных маршрутов, где забота об окружающей среде является важной составляющей туристического сервиса. Это привлекает тех, кто заботится об экологии. Также проводятся информационные кампании, направленные на повышение осведомленности о значимости экологического туризма для сохранения природы и развития сельских территорий.

Международное сотрудничество и соглашения: подписан договор с несколькими странами, упрощающий визовые требования для туристов. Например, существуют совместные проекты по привлечению путешественников из Китая других азиатских стран. Обмен опытом: организация международных выставок и конференций позволяет уделить успешные методы развития туристической отрасли у других государств, что улучшает качества предоставляемых услуг и привлекает инвестиции.

В заключение следует отметить, что государственная поддержка сферы туризма и обслуживания в России имеет огромное значение для преодоления текущих проблем и стабильного роста этой отрасли. Нынешняя ситуация, характеризующаяся геополитической нестабильностью, санкционным давлением и изменениями в потребительском поведении, требует от государства не только оперативных, но и стратегически выверенных мер поддержки. Простое сохранение статус-кво недостаточно; необходим активный курс на модернизацию и инновационное развитие всей отрасли.

Эффективная государственная политика должна быть комплексной и многоуровневой, охватывающей все аспекты функционирования индустрии сервиса и туризма. Это предполагает не только финансовую помощь предприятиям (гранты, субсидии, льготное кредитование), но и активное содействие в развитии инфраструктуры (создание туристических кластеров, модернизация транспортной сети, улучшение качества связи), регуляторную поддержку (снижение административных барьеров, упрощение процедур лицензирования и сертификации),

а также инвестиции в человеческий капитал (профессиональное обучение персонала, развитие системы образования в сфере сервиса и туризма).

Особое внимание следует уделить развитию цифровых технологий в индустрии. Внедрение инновационных решений в области онлайн-бронирования, управления гостиницами и ресторанами, организации экскурсий и предоставления других услуг позволит повысить эффективность бизнеса, улучшить качество обслуживания и привлечь новых клиентов. Государственная поддержка должна быть направлена на стимулирование цифровизации, включая предоставление грантов на разработку и внедрение новых IT-решений, а также создание благоприятной правовой среды для развития цифровых платформ и сервисов.

Не менее важна адаптация мер поддержки к меняющимся условиям. Потребительские предпочтения постоянно эволюционируют, появляются новые тренды и направления в туризме. Государственная политика должна быть гибкой и оперативно реагировать на эти изменения, адаптируя программы поддержки под новые реалии. Регулярный мониторинг рынка, анализ лучших международных практик и тесное взаимодействие с представителями бизнеса позволят обеспечить актуальность и эффективность государственных мер.

В долгосрочной перспективе, успешная государственная поддержка индустрии сервиса и туризма в России приведет к значительному экономическому росту, созданию новых рабочих мест, увеличению налоговых поступлений в бюджет, а также повышению привлекательности России как туристического направления. Инвестиции в этот сектор – это инвестиции в будущее страны, способствующие ее экономическому процветанию и укреплению международного имиджа. Необходимо помнить, что индустрия сервиса и туризма – это не только источник дохода, но и важный фактор социального развития, способствующий повышению качества жизни населения и созданию комфортной среды для проживания и отдыха. Поэтому комплексный и стратегический подход к государственной поддержке этой отрасли является не просто желательным, а абсолютно необходимым для достижения устойчивого экономического развития России.

Список литературы

1. Пинская, М. Р. Государственная финансовая поддержка АПК: налоговые и бюджетные инструменты: Монография / Пинская М. Р., Тихонова А. В. – Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 178 с. (Научная мысль) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-011856-7. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/973383>
2. Налоговые инструменты в реализации инвестиционной политики регионов : монография / под общ. ред. д.э.н., доц. О. В. Мандрощенко. – 2-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. – 232 с. – ISBN 978-5-394-04799-2. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/2128213>
3. Рыкалина, О. В. Развитие региональной инфраструктуры и связей между округами Российской Федерации : монография / О.В. Рыкалина. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 228 с. – (Научная мысль). – DOI: 10.12737/1134. – ISBN 978-5-16-009795-4. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1238771>
4. Резник, С. Д. Стратегия кадрового менеджмента : учебное пособие / О. А. Вдовина, С. Д. Резник, О. А. Сазыкина ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С. Д. Резника. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 211 с. – (Высшее образование: Магистратура). – DOI: 10.12737/1891037. – ISBN 978-5-16-017835-6. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1891037>
5. Веракса, С. А. Государственная финансовая поддержка субъектов малого предпринимательства в Республике Беларусь: совершенствование инструментов, оценка эффективности : монография / С. А. Веракса, Е. В. Преснякова ; под науч. ред. Е. В. Пресняковой ; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т экономики. – Минск : Беларуская навука, 2023. – 227 с. – ISBN 978-985-08-3030-2. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2143019>
6. Ивлиева, О. В. Теория и практика экологического туризма : учебное пособие / О. В. Ивлиева ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство

Khairtdinova Liya Rustemovna,

student,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,

Kazan, Russia

GOVERNMENT SUPPORT FOR THE SERVICE AND TOURISM INDUSTRY

Abstract. This article analyzes the measures of state support for the Russian services and tourism sector, especially in the context of overcoming the consequences of the COVID–19 pandemic. Among the global changes, the service and tourism industries play an important role in the country's economy, contribute to significant budget revenues, create jobs and strengthen Russia's position in the international arena. The article examines various aspects of government support, including (subsidies, grants, etc.), tax incentives, infrastructure development (construction, modernization, formation of tourist clusters), training of specialists (educational programs, internships) and promotion of national tourism.

References

1. Pinskaya, M. R. State financial support for agriculture: tax and budgetary instruments: Monograph / Pinskaya M.R., Tikhonova A.V. - Moscow : SIC INFRA-M, 2018. - 178 p. (Scientific thought) (Cover. KBS) ISBN 978-5-16-011856-7. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/973383>
2. Tax instruments in the implementation of regional investment policy : monograph / under the general editorship of Doctor of Economics, Associate Professor O. V. Mandroshchenko. - 2nd ed. - Moscow : Publishing and Trading Corporation Dashkov & Co., 2022. - 232 p. - ISBN 978-5-394-04799-2. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2128213>
3. Rykalina, O. V. Development of regional infrastructure and connections between the districts of the Russian Federation: monograph / O.V. Rykalina. – Moscow : INFRA-M, 2021. – 228 p. – (Scientific thought). – DOI: 10.12737/1134. - ISBN 978-5-16-009795-4. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1238771>
4. Reznik, S. D. HR management strategy : a textbook / O. A. Vdovina, S. D. Reznik, O. A. Sazykina; under the general editorship of Dr. of Economics, Prof. S. D. Reznik. – 2nd ed., reprint. and add. – Moscow : INFRA-M, 2023. – 211 p. – (Higher education: Master's degree). – DOI: 10.12737/1891037. - ISBN 978-5-16-017835-6. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1891037>
5. Veraksa, S. A. State financial support for small business entities in the Republic of Belarus: improving tools, evaluating effectiveness : a monograph / S. A. Verax, E. V. Presnyakova ; under the scientific editorship of E. V. Presnyakova ; National Academy of Sciences of Belarus, Institute of Economics. - Minsk : Belarusskaya navuka, 2023. - 227 p. - ISBN 978-985-08-3030-2. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2143019>
6. Ivlieva, O. V. Theory and practice of ecological tourism : a textbook / O. V. Ivlieva ; Southern Federal University. - Rostov-on-Don ; Taganrog : Southern Federal University Press, 2020. - 86 p. - ISBN 978-5-9275-3404-3. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1308391>

Ханова Роза Раильевна,

студент,

Казанский Инновационный Университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

Андропова Екатерина Сергеевна,

к. э. н, доцент,

Казанский Инновационный Университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И СЕРВИСА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ

Аннотация. Все большее количество населения нашей планеты вовлекается в сферу туризма. К обслуживанию огромного количества путешествующих привлекается немалое количество специалистов, работающих в данной сфере. Современная рассматривает туристическую деятельность как стратегически важную и приоритетную, что открывает большие перспективы для развития инноваций в этой сфере. В настоящее время туризм представляет собой мощную глобальную индустрию. Эта сфера включает в себя миллионы работников, множество производственных ресурсов и значительные инвестиции. Актуальность инноваций в сфере туризма заключается в необходимости удовлетворения меняющихся потребностей клиентов и повышения конкурентоспособности компаний. Внедрение новых технологий позволяет улучшать пользовательский опыт и оптимизировать бизнес-процессы, что особенно важно в условиях нестабильности современности. Современные технологии активно внедряются в туристическую отрасль, и их использование становится ключевым фактором для повышения конкурентоспособности туристических компаний. Новейшие технологии обеспечивают доступ к различным информационным ресурсам, таким как познавательные и организационные данные.

Главной проблемы инноваций в сфере туризма является то, что не во всех странах это может повлиять на экономику положительно. Многие государства имеют все для того чтобы стать жемчужиной в сфере туризма: благоприятный климат, разнообразная флора и фауна, колоритная культура и традиции. Например, Коморские острова, Наури и так далее. Но как показывает практика, такие страны малоразвиты.

В слаборазвитых государствах проблемы внедрения инноваций в сфере туризма связаны с ограниченными финансовыми ресурсами и недостатком инвестиций, что затрудняет развитие новых технологий и инфраструктуры. Кроме того, низкий уровень образования и квалификации рабочей силы, а также нехватка доступа к современной информации, сдерживают адаптацию инновационных решений и повышение качества обслуживания туристов.

Новые пути повышения уровня инноваций в сфере туризма в малоразвитых странах является важной задачей для положительного влияния на экономику государства. Так как успешное формирование и внедрение инноваций в различных областях зависит от комплексного взаимодействия различных экономических и социальных секторов, что делает государственную поддержку критически важной для достижения целей.

В малоразвитых странах, где туристическая инфраструктура и услуги часто не соответствуют современным стандартам, внедрение инноваций может стать решающим фактором для привлечения туристов и повышения качества услуг. Рассмотрим несколько способов, которые могут помочь в этом процессе:

1. Обучение и повышение квалификации работников в данной отрасли

Качество обслуживания в туристической сфере во многом зависит от уровня подготовки сотрудников. Вложение средств в их обучение и повышение квалификации играет ключевую роль в внедрении инноваций. Программы профессионального обучения и стажировок могут помочь работникам овладеть современными методами работы и улучшить навыки.

2. Инвестиции в инфраструктуру

Современная инфраструктура – это основа успешного туризма. Развитие транспортных систем, гостиничного и ресторанного бизнеса создаст необходимые условия для комфорта туристов. Важно не только строить новые объекты, но и модернизировать существующие.

Это требует привлечения современных технологий и практик, что обеспечит рост интереса к стране как к туристическому направлению.

3. Технологическая поддержка

Применение современных технологий и лучших практик в гостиничном и ресторанном бизнесе способствует не только улучшению качества услуг, но и росту интереса к стране в качестве туристического направления.

Выводы из текста могут быть следующими: инвестиции в современные технологии, такие как онлайн-системы бронирования, мобильные приложения для туристов, могут значительно улучшить туристический опыт и сделать его более удобным.

Все вышеперечисленные меры помогут странам с низким уровнем развития внедрять инновационные решения в сфере туризма, повысить конкурентоспособность и, в конечном итоге, способствовать устойчивому росту экономики.

Список литературы

1. Информационные технологии в сфере туризма: Ключевые тенденции и влияние на отрасль [Электронный ресурс]. – URL: <https://iis.guu.ru/blog/informacionnie-technologii-v-sfere-turizma>

2. Белугина.К.Г. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме / К. Г. Белугина – Текст: непосредственный // Учебное пособие для бакалавров по направлениям 43.03.01 Сервис (Профиль «Социально-культурный сервис»), 43.03.02 Туризм (Профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»). – 2019. – С. 22–35.

Hanova Rosa Railevna,

student,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov

Andronova E. S.,

Phd, Candidate of Economics,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov

INNOVATIONS IN TOURISM AND SERVICE SECTOR AND THEIR IMPACT ON THE ECONOMY

Abstract. An increasing number of the global population is becoming engaged in the tourism sector. A significant number of specialists are involved in servicing the vast amount of travelers. Modern perspectives view tourism as a strategically important and priority activity, which opens substantial prospects for the development of innovations in this sector. Today, tourism represents a powerful global industry. This sphere encompasses millions of workers, numerous production resources, and significant investments. The relevance of innovations in the tourism sector lies in the necessity to meet the changing needs of clients and to enhance the competitiveness of companies. The introduction of new technologies allows improving user experience and optimizing business processes, which is particularly important in the context of modern instability. Contemporary technologies are actively being implemented in the tourism industry, and their usage is becoming a key factor for enhancing the competitiveness of tourism companies. The latest technologies provide access to various informational resources, such as educational and organizational data.

References

1. Information Technologies in the Tourism Sector: Key Trends and Impact on the Industry / Electronic Resource – Access Mode: <https://iis.guu.ru/blog/informacionnie-technologii-v-sfere-turizma/> free

2. Belugina K.G. Innovations in Socio-Cultural Service and Tourism / Belugina K.G. – Text: direct // Teaching Aid for Bachelors in areas 43.03.01 Service (Profile "Socio-Cultural Service"), 43.03.02 Tourism (Profile "Technology and Organization of Tour Operator and Travel Agent Services"). – 2019. – Pp. 22-35.

Хисматов Дильшат Наилевич, Марьевский Никита Сергеевич,
студенты,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова
Казань, Россия

ЦИФРОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В Г.КАЗАНИ

Аннотация. Сегодня многие туристы отказываются от поездок за границу, ищут альтернативные направления для отдыха и путешествий. Многие люди стали более осознанно относиться к своим финансам и предпочитают экономить деньги, выбирая внутренние направления для отдыха и путешествий. Внутренний туризм также имеет ряд преимуществ перед выездным туризмом. Например, он позволяет избежать языковых барьеров и проблем с визами, а также получить более глубокое представление о культуре и истории своей страны.

В статье проанализировано состояние туризма в г. Казани, а также определены основные ограничения в расширении туристического потока. Предложена разработка интерактивного гида для передвижения по туристическим местам в Казани, который позволит решить многие проблемы, возникающие у туристов, посещающих столицу Татарстана.

В Казани туризм становится полноправной отраслью городской экономики. По данным туристических потоков в Казань за 2020 и 2021 года составило 1,7 млн и 3,5 млн туристов соответственно. Федеральная служба государственной статистики обнародовала уточненные данные по объему туристского потока за 2023 год, согласно которым туристский поток в Татарстан составил 4,2 млн человек по итогам 2023 года.

По сравнению с 2022 годом туристский поток в республику вырос на 7,6 % и достиг отметки в 4,2 млн человек. По объему турпотока Татарстан занимает 6 место среди других регионов Российской Федерации [6]. Основной поток туристов был из крупных российских городов, преимущественно из Приволжского федерального округа, а также из Москвы и Санкт-Петербурга. Центрами притяжения традиционно являются Казанский кремль и кремлевская набережная, улица Баумана и аквапарк «Ривьера» [1].

Мы проанализировали отзывы туристов, посетивших г.Казань, и составили список основных плюсов и минусов, отмеченных при посещении города. В числе ключевых плюсов были отмечены: историческое обаяние, гастрономическое разнообразие, культурные события и фестивали, гостеприимство местных жителей. В числе ключевых минусов отмечены: языковой барьер, туристические толпы, транспортные заторы, высокие цены.

Таким образом, для решения этих задач может решить создание мобильного гида – формирование индивидуальной программы передвижения туриста, которая позволит избежать перегруженных туристами мест, избежать пробок, а также сделать посещение достопримечательностей более бюджетным.

На сегодняшний день тема цифровизации и дополненной реальности стоит, как никогда актуальна и поэтому как перспективный вариант решения выше указанных проблем может стать создания единого проекта мобильного приложения «Казанская сказка – твой личный гид», который будет направлен на повышение интереса и увеличения заинтересованности культурой татар.

Это приложение будет направлено на создание индивидуальных маршрутов по Казани в зависимости от интересов пользователя. Приложение позволяет указать возраст, выбрать предпочтения по туристическим маршрутам, срок посещения города. Приложение позволит выбрать индивидуальный маршрут, перевести пользователя на службы каршеринга или такси, составить наиболее комфортный маршрут для проезда к интересующей локации.

Сами экскурсии будут проходить в формате дополненной реальности, в которых цифровой гид будет рассказывать интересные факты о месте, в котором находится пользователь. Также будет предложено пройти мини тест в игровой форме, за который выдадут купон скидку в магазине сувениров или кафе.

Использование системы индивидуальных маршрутов соответствуют современным трендам в туризме, однако были ограничены в связи с уходом с российского рынка систем

бронирования. В то же время индивидуальные туристические маршруты позволяют туристам экономить деньги, выбирая более доступные варианты размещения и питания, а также избегая переплаты за групповые экскурсии и туры. Кроме того, такие маршруты позволяют туристам наслаждаться свободой выбора и гибкостью в планировании своего времени и бюджета.

Таким образом, проект «Казанская сказка – твой личный гид» – это один из самых уникальных и перспективных способов познакомиться с Казанью и ее культурой более увлекательно и захватывающим образом получить не только впечатления, но улучшить свои знания по татарской культуре. Проект мобильного гида стимулирует не только популяризацию татарской культуры, но и развитию внутреннего туризма, что, в свою очередь, будет иметь положительное влияние не только на экономическое благополучие, но и на инфраструктуру.

Список литературы

1. В Казани в 2021 году туристический поток вырос почти в два раза [Электронный ресурс]. URL: https://tass.ru/obschestvo/13444565?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com
2. Муниципальная программа «Развитие туризма в г.Казани» на 2023-2027 годы: <https://kzn.ru/upload/uf/f2e/f2ef32d44b23c58ed69226a255175da0.pdf>
3. Путеводитель по Казани: <https://www.tutu.ru/geo/rossiya/kurort/kazan>
4. Казань в летнем сезоне посетили 2,8 млн туристов: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/102627>
5. Официальный турпоток в Татарстан: <https://tourism.tatarstan.ru/index.htm/news/2317653.htm>
6. Об итогах туристического сезона 2023 года: <https://kzn.ru/meriya/press-tsentr/doklady-s-dp-ob-itogakh-turisticheskogo-sezona-2023-goda>

Hismatov Dilshat Nailevich, Maryevsky Nikita Sergeevich,
students

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov
Kazan, Russia

A PROMISING DEVELOPMENT OPTION FOR TOURISM IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Abstract. Today, many tourists refuse to travel abroad, looking for alternative destinations for recreation and travel. Many people have become more conscious of their finances and prefer to save money by choosing domestic destinations for recreation and travel. Domestic tourism also has a number of advantages over outbound tourism. For example, it allows you to avoid language barriers and visa problems, as well as get a deeper understanding of the culture and history of your country. The article analyzes the state of tourism in Kazan, and identifies the main limitations in expanding the tourist flow. It is proposed to develop an interactive guide for traveling around tourist places in Kazan, which will solve many problems that tourists encounter when visiting the capital of Tatarstan.

References

1. In Kazan in 2021, the tourist flow almost doubled [Electronic resource]. Access mode: https://tass.ru/obschestvo/13444565?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com
2. Municipal program "Tourism development in Kazan" for 2023-2027: <https://kzn.ru/upload/uf/f2e/f2ef32d44b23c58ed69226a255175da0.pdf>
3. Kazan Travel Guide: <https://www.tutu.ru/geo/rossiya/kurort/kazan>
4. Kazan was visited by 2.8 million tourists in the summer season: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/102627>
5. Official tourist flow to Tatarstan: <https://tourism.tatarstan.ru/index.htm/news/2317653.htm>
6. About the results of the 2023 tourist season: <https://kzn.ru/meriya/press-tsentr/doklady-s-dp-ob-itogakh-turisticheskogo-sezona-2023-goda>

Раздел III

ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

УДК 663.934.4

Бартенева Наталья Юрьевна,
преподаватель специальных дисциплин,
Курский государственный техникум технологий и сервиса,
Курск, Россия

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРИГОТОВЛЕНИЯ КОФЕЙНОГО НАПИТКА «ЛАТТЕ»

Аннотация. Статья посвящена разработке усовершенствованного кофейного напитка «Банановый латте». В статье описана рецептура и технология приготовления напитка, а также определены показатели качества. Кофе – очень распространенный напиток, как в нашем регионе, так и в целом мире, именно поэтому в настоящее время требуются современные подходы в совершенствовании и приготовлении кофейных напитков, для того чтобы расширить ассортимент.

Традиция начинать и продолжать свой день чашкой ароматного кофе много веков позволяет сохранять бодрость и хорошее настроение. Мало напитков в состоянии составить конкуренцию кофе в удовольствии, доставленном человеку без вредных последствий. За последние десятилетия потребители повысили свои требования к еде и напиткам, это вызвало увеличение спроса на ассортимент кофейных напитков [1. С. 12].

Для совершенствования рецептуры кофейного напитка «Латте» было выбрано использовать сироп и изменить технологический процесс приготовления.

Выбирая дополнительный ингредиент к кофе, нужно учитывать вкусовые сочетания с тем сортом арабики, из которого готовится кофейный напиток. Ведь все сорта разные по вкусу и другим параметрам, поэтому требуют разных дополнительных ингредиентов.

Производители постоянно находятся в поиске, экспериментируя с разными новыми вкусами, чтобы предложить потребителям что-то необычное. У поставщиков можно отыскать много разных сиропов, но не каждый подойдет к чашке ароматного кофе. Некоторые предназначены исключительно для прохладительных напитков и коктейлей.

Проанализировав учебную литературу, были найдены наилучшие сочетания кофе с сиропами, которые приведены в таблице 1 [2. С. 135].

Таблица 1

Сочетаемость кофейных напитков с сиропами

Сироп	Особенности	Сочетаемость с кофе
Карамельный	Идеально дополняет сливки или молоко, а напиток становится менее горьким с нежным сливочным вкусом	Эспрессо, латте или капучино
Ванильный	Имеет статус универсального решения. Убирает чрезмерную кислотку арабики и сглаживает горечь робусты. В большинстве случаев добавляется в крепкий кофе	Капучино и латте
Шоколадный	При добавлении в арабику, делает ее более насыщенной	Мокко
Лесной орех	Усиливает кофейные ноты, раскрывает фруктовую кислотку, а в эспрессо еще и подчеркивает ореховое послевкусие	Эспрессо и латте
Желтый банан	Ослабляет горечь и кислоту арабики	Капучино и латте

Согласно рекомендациям французского производителя – крепость и способ приготовления напитка, напрямую влияет на выбор сиропа:

- кофе по-восточному и эспрессо – шоколад или миндаль;
- крепкий (двойной эспрессо, ристретто) – шоколад, карамель, Irishcream;
- горький (робуста) – лайм, корица, Амаретто, миндаль;
- легкий (латте, американо, капучино) – ваниль, карамель и ягодно-фруктовые;
- чистая арабика – выбор вкуса зависит от желания усилить или ослабить кислинку.

Бариста рекомендуют – не перенасыщать дополнительными ингредиентами кофейный напиток, сохраняя оригинальный букет [3. С. 180].

Рекомендации от профессионалов, по видам напитка представлены в табл. 2.

Таблица 2

Соотношение вида кофейного напитка и сиропа в объеме

Наименование	Объем сиропа, мл
Латте (250 - 340 мл)	20
Американо (100 - 180 мл)	10
Эспрессо (30 мл)	5
Капучино (200 - 250 мл)	10–15
Разные кофейные коктейли (более 350 мл)	25–30

В соответствии с изученным материалом в кофейный напиток «Латте» было решено добавить сироп желтый банан в количестве 20 миллилитров, который будет отлично сочетаться с кофе, а также хорошо подчеркивать молочный вкус. Данный сироп имеет приятный не резкий аромат, что может понравиться многим посетителям.

После добавления сиропа было принято решение изменить название на «Банановый латте».

В табл. 3 приведена рецептура кофейного напитка «Банановый латте»

Таблица 3

Рецептура кофейного напитка «Банановый латте»

№ п/п	Наименование сырья	1 порция		2 порции	
		Масса нетто (г)	Масса брутто (г)	Масса нетто (г)	Масса брутто (г)
1.	Кофе зерновой (молотый)	9	–	18	–
2.	Эспрессо	–	30	–	60
3.	Молоко	210	210	420	420
4.	Сироп «Желтый банан»	20	20	40	40
5.	Украшение: Желтые меренги	10/3 шт.	10/3 шт.	20/6 шт.	20/6 шт.
Выход:		–	260/10	–	520/20

Была изменена технология приготовления, для того чтобы получить красивый эстетичный вид, за счет четырехслойной текстуры кофейного напитка. Первый слой – сироп, второй – молоко, третий – тонкая прослойка эспрессо, четвертый – молочная пена. Лучше всего этот кофейный напиток подавать в стеклянной прозрачной посуде, чтобы гости видели различные слои кофе. Данное решение совершенствования кофейного напитка может хорошо поднять его продажи.

Современный мир визуального контента заставляет нас быть креативными, расставлять акценты не только на вкусе, но и на внешнем виде напитка. С помощью украшения можно создавать что-то визуально необычное, выделяющее напитки и предприятие из общей массы.

При этом важно придерживаться минимализма и не переусердствовать в гарнирах, чтобы не отвлекать от вкуса кофе посетителей. Поэтому для украшения напитка выбрано кондитерское изделие «Меренга» желтого цвета, что подчеркивает концепцию разработанного напитка и придает ему особенную изюминку. Мало где можно встретить кофе, которое подается с безе.

Технология приготовления кофейного напитка «Банановый латте» изображена в табл. 4.

Таблица 4

Технологическая последовательность приготовления усовершенствованного кофейного напитка «Банановый латте»

			
1. Варим эспрессо	2. Взбиваем молоко	3. Добавляем в стакан сироп	4. Наливаем молоко
			
5. Добавляем эспрессо	6. Украшаем напиток и подаем	7. Фото подачи кофейного напитка	

Органолептические показатели кофейного напитка «Банановый латте»:

Внешний вид: кофе, состоящий из четырех слоев, первый – сироп, второй – молоко, третий – эспрессо, четвертый – молочная пена, сверху украшение из желтой меренги.

Текстура: жидкая, многослойная.

Цвет: каждый слой соответствует ингредиенту, входящему в состав.

Вкусы запах: кофе с молоком и банана, без постороннего привкуса и запаха.

Среди 20 сотрудников одной из кофеен была проведена дегустация усовершенствованного кофейного напитка «Банановый латте» с оценкой вкусовых качеств.

По итогу проведенного опроса кофейный напиток понравился 80 % сотрудников, то есть 16 людям, 20 % ответили, что напиток им не понравился по личным вкусовым предпочтениям. В заключении можно сказать, что кофейный напиток получился приятного молочного вкуса с нотками банана, а также эти 80 % отметили необычное украшение для кофе.

Изменения в кофейном напитке «Латте» открывает широкие возможности для его эволюции и создания новых вариантов, которые помогут расширить ассортимент в кофейной индустрии. Новая вариация «Латте» может привлечь как старую, так и новую аудиторию.

Таким образом, модернизация «Латте» – это не простое изменение, а стратегический шаг в сторону расширения возможностей кофейной индустрии, создания уникальных вкусовых и максимизации потребительского интереса. В результате, «Банановый латте» адаптированный под современность, способен стать успешным элементом в меню любой кофейни или кафе, способствуя дальнейшему развитию и популяризации кофейной культуры.

Список литературы

1. Хоффман Д. Кофе как профессия. Гид по искусству приготовления кофе. Группа Компаний РИПОЛ классик, г. Москва / Санкт-Петербург, 2022. – 232 с.
2. Тристан С., Большая книга кофе. Полный путеводитель, ЭСМО, 2021. – 230 с.
3. Скотт Р. Пособие профессионального баристы. Экспертное руководство по приготовлению эспрессо и кофе. Студия Артемия Лебедева, 2022. – 200 с.

Barteneva Natalia Yurievna,
teacher of special disciplines,
Kursk State College of Technology and Service,
Kursk, Russia

IMPROVING THE TECHNOLOGY OF MAKING LATTE COFFEE DRINK

Abstract. Improving the technology of making Latte coffee drink. The article is devoted to the development of an improved coffee drink "Banana latte". The article describes the formulation and technology of preparation of the drink, as well as quality indicators. Coffee is a very common drink, both in our region and in the whole world, which is why modern approaches are currently required in the improvement and preparation of coffee drinks in order to expand the range.

References

1. Hoffman D. Kofe kak professiya. Gid po iskusstvu prigotovleniya kofe. Gruppya Kompanij RIPOL klassik, g. Moskva / Sankt-Peterburg, 2022. – 232 s.
2. Tristan S., Bol'shaya kniga kofe. Polnyj putevoditel', ESKMO, 2021.– 230 s.
3. Skott R. Posobie professional'nogo baristy. Ekspertnoe rukovodstvo po prigotovleniyu espresso i kofe. Studiya Artemiya Lebedeva, 2022. – 200 s.

Бурминский Александр Валерьевич,
магистрант кафедры Технологии продуктов питания и товароведения,
Северо-Кавказский Федеральный университет,
Оробинская Валерия Николаевна,
кандидат технических наук, ведущий научный сотрудник Отдела планирования
и организации НИР, доцент кафедры Технологии продуктов питания и товароведения
Северо-Кавказский Федеральный университет
Холодова Екатерина Николаевна,
доцент, кандидат технических наук, доцент кафедры Технологии продуктов питания
и товароведения,
Северо-Кавказский Федеральный университет
Писаренко Ольга Николаевна,
доцент, кандидат философских наук, доцент кафедры Технологии продуктов питания
и товароведения,
Северо-Кавказский Федеральный университет

ПРИМЕНЕНИЕ СУБЛИМИРОВАННЫХ ПЛОДОВ ЧЕРЕМУХИ В КАЧЕСТВЕ ИННОВАЦИОННОГО СЫРЬЯ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА ДЛИТЕЛЬНОГО ХРАНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СВО

Аннотация. В исследовании рассмотрен вопрос о применении плодов черемухи в качестве инновационного компонента для производства функциональных продуктов питания длительного хранения с возможностью дальнейшего применения их компонентов в качестве элемента питания солдат, участвующих в Специальной военной операции (СВО). Также были изучены полезные свойства данного ингредиента и рассмотрены возможности дальнейшего экстраполирования данного сырья в качестве классической пищевой добавки.

Ключевые слова: Prúnus rádus, плод, инновационное сырье, продукт длительного хранения, фитокцианины, бензойный альдегид, синильная кислота

В докладе федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителя и благополучия человека указано, что на 2016 год широкий спектр людей имели те или иные отклонения в области питания. В качестве основных пунктов были выделены превышение потребления жиров и сахаров, а также недостаток потребления основных витаминов и минеральных соединений, что в длительной перспективе может привести к развитию алиментарных заболеваний [1].

При этом согласно исследованиям ФАО ВОЗ эволюционно организм человека адаптировался к потреблению множество биологических веществ. Кроме витаминов к ним относятся антоцианы, тепеноиды, полифенолы, эстрагены, стеролы, стерины, фиконциды и т. д. Все эти соединения способны оказывать широкий спектр воздействия на организм человека.

В условиях военных действий организм человека вынужден испытывать повышенные физические нагрузки. Фактически никакого нормирования параметров условий труда не может существовать, потому согласно действующим законам труд в подобных условиях относится к наивысшей сложности [2].

Особой проблемой становится состояние активных боевых действий. В подобных состояниях нагрузка на организм человека возрастает многократно, поскольку нет возможности обеспечить нормальный биоритм человека, а также организовать процесс полного восстановления работы организма человека, поскольку в условиях стресса и отсутствия времени на полноценное питание и сон организм не может нормально функционировать.

Все вышеназванные факторы сказываются на общем состоянии военных подразделений. Появление стрессовых комплексов, нервозности, синдрома клинической и стрессовой бессон-

ниции приводит к значительному ухудшению качества жизни военных, что сказывается на боеготовности боевого подразделения в целом и степени готовности каждого солдата в частности. Зачастую постоянное нахождение в состоянии стресса приводит и к значительному ухудшению работы ЖКТ [3–7], работы сердца, а также ЦНС [8–13].

Одним из наиболее рациональных и перспективных решений в данной области является использование биологических композитов и функциональных добавок с целью создания продуктов длительного срока хранения. Такие продукты могут быть не только очень удобными для употребления, но и могут быть доставлены до места проведения боевых действий в достаточном количестве, а также быть запасены заранее в качестве резервной подготовки. Одним из перспективных видов сырья в данном случае могут выступать плоды черемухи обыкновенной.

Черемуха обыкновенная (*Prúnus pádus*) – дерево, деревце или кустарник, размер которого варьируется от 60 см до 10 метров в высоту. В древности было уже известно, что использование плотов черемухи оказывает вяжущее и противовосполительное действие. Данное сырье активно используется при разработке инновационных продуктов, выпечки, функциональных композитов и т. д.

Исследование статей за 2023 год показало низкую изученность вопроса применения плодов в качестве источника пищевого сырья. Это направление, однако является также актуальным, как и применения ягод данного растения.

Плоды черемухи содержат множество питательных веществ, действие которых на организм человека незаменимо при проектировании функционального продукта питания:

- Витамины группы А, В, С, витамин Р и РР, необходимые для нормализации работы организма, поскольку, согласно докладу Роспотребнадзора [1], являются дефицитными для большого количества населения.

- Ниацин, содержащийся в цветах, является хелатной формой данного вещества. В исследованиях доказано, что потребление его снижает содержание ЛПНП, увеличивает ЛПВП, нормализует состояние крови по холестерину, обладает дезинтоксикационными свойствами [14–16].

- Высокое содержание минералов (Cu, Co, Fe, Zn, Mg, Mn).

- Бензойный альдегид и эфирные масла черемухи являются мощнейшими фитоксигенидами. Однако стоит проявлять осторожность в их применении, поскольку часть бензойных альдегидов при распаде в ЖКТ образуют синильную кислоту, поэтому большое употребление этого сырья может привести к симптомам интоксикации.

В качестве основы для дальнейшего инновационного продукта были выбраны продукты типа пищевые гели. Причиной данного выбора стало следующее преимущество данного вида продовольственного товара:

1. Пищевые гели удобны в употребление. по своей природе пищевые гели представляют собой готовое изделие, не требующее предварительной подготовки перед употреблением.

2. Пищевые гели возможно упаковывать в различные формы, что позволяет использовать не только стеклянные, но и мягкие пластмассовые и полимерные упаковки, что облегчает хранение и транспортировку.

3. Современные системы загущения и сублимации значительно отличаются от классической термической сушки. Низкотемпературное загущение при помощи активизированных загустителей и низкотемпературная сублимационная сушка позволяет значительно снизить потери продукта при его производстве, что позволяет получить продукты с высоким функциональным обогащением.

Основой сублимации глеевых продуктов является концентрация соков при определенных температурах. при этом классический способ (уваривание или введение крахмалов) не является полезным, поскольку при термической обработке теряются питательные вещества, а наличие крахмалов любого вида может являться вредным и аллергенным элементом.

Классическая технология получения пюре образных гелей представлена на рисунке ниже.

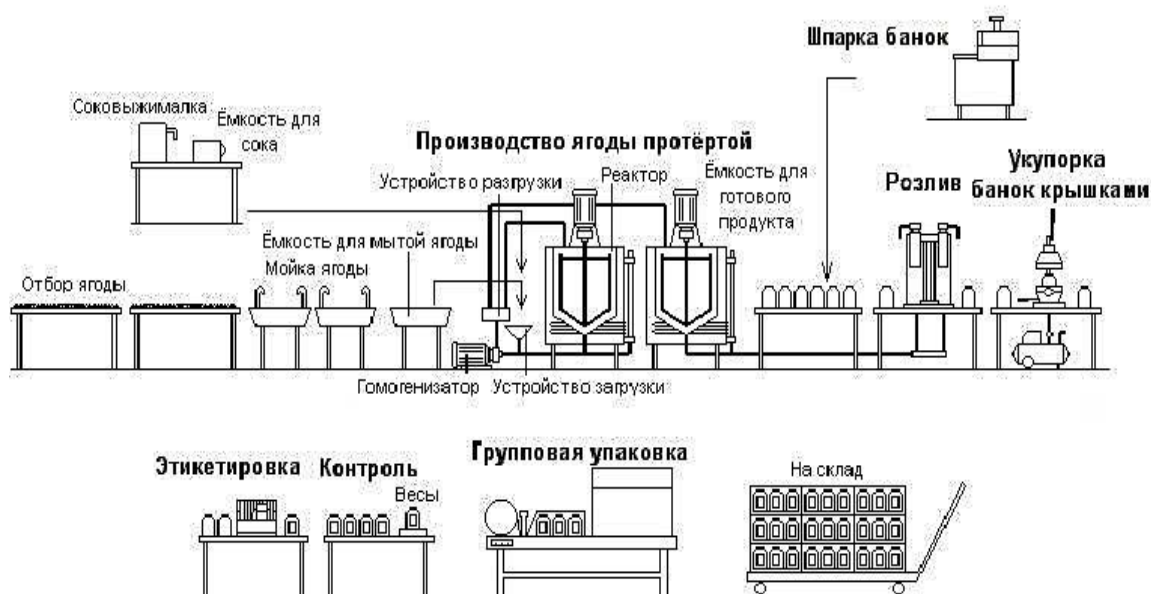


Рис. Технологическая линия получения пюреобразных масс с системой упаковки в стеклянную тару [17]

В качестве основы предложенной инновационной продукции возможно использовать смесь из сублимированных ягод черемухи и свежих ягод в комбинации с соком терна.

Современные исследования говорят о широком спектре действия терна. Это связано с весьма широким составом действующих веществ:

- Глюкоза, сахароза, фруктоза в оптимальных соотношениях являются важными компонентами работы кишечной микрофлоры

- Пектин, являющийся важным компонентом для секреторной и детоксикационной функции кишечника.

- Органические кислоты, в частности яблочную кислоту, препятствующую развитию условно патогенной микрофлоры.

- Антоцианы (дельфинидин), обладающие противовоспалительным действием.

- Витамины (А, В₁, В₂, С, Е, РР) и минералы (Fe, Ca, Na, P, R, Mg, I, Zn, Co, Cr, Mg)

Учитывая высокую нагрузку военных, основными обогатителями должны быть обогатители, способные ускорить восстановление организма, а также стимулировать иммунитет организма. В пищевой индустрии используется широкий спектр комбинированных пищевых добавок следующего состава:

- 1) Спирулина - источник большого количества витаминов и минералов, а также фитокцианина, способствующее укреплению организма.

- 2) Перец чили красный стручковый содержит биологически активные соединения (капсаицин), обладающие свойствами тонизировать организм и ускорять кровоток. При введении небольшого количества растительных или животных жиров возможно контролировать количество капсаицина в готовом продукте, чтобы избежать порчи вкуса. Однако при приготовлении концентрата небольшое количество геля будет разводиться горячей водой, что значительно снижает концентрацию чистого капсаицина.

- 3) Янтарная кислота – широко применяемый функциональный компонент. Янтарная кислота имеет выраженный антиоксидантный эффект, обладает иммуностимулирующим и иммуномодулирующим действием, улучшает деятельность ЖКТ, способствуют детоксикации организма, стимулирует деятельность ЦНС, а также является адаптогеном [19-23].

Основой производства будет являться классическая технология получения гомогенных концентратов. В результате подбора было определено, что при выбранном соотношении ягод 1:1 50 % ягодной массы должно находиться в сублимированном состоянии. В таком случае

технология схема производства готового продукта содержит следующие технологические этапы производства:

1. Подготовка сырья к технологическому процессу.
2. Механическая переработка (протирание свежих ягод и отделение семян)
3. Процесс мацерации (настаивание мезги в небольшом количестве воды в течении 3-4 часов при температуре $6\pm 2^{\circ}\text{C}$).
4. Декантация (отделение семян от смеси мезги с настоем).
5. Процесс смешивание настоя с соком
6. Измельчение до порошкового состояния сублимированных ягод
7. Введение измельченного порошка в жидкую фракцию
8. Добавление указанных композитов.
9. Введение структура образований с последующей гомогенизацией (пектиновых соединений и каррагинана в соотношении 1:1)
10. Краткосрочная ультрапастеризация и упаковка в асептических условиях.

Получаемый функциональный продукт за счет высокого содержания действующих веществ, а также наличия янтарной кислоты (консерватор) является продуктом длительного хранения и может храниться в асептических условиях около 6 месяцев. При употреблении получившуюся смесь необходимо разбавить горячей водой, после чего употребить.

Таким образом использование сублимированных ягод черемухи в совокупности с существующими обогатителями позволяет получить инновационный продукт для дальнейшего использования его в сух. пайках военных, участвующих в СВО.

Список литературы

1. URL: <https://cgon.rosпотреbnadzor.ru/naseleniyu/zdorovyy-obraz-zhizni/chto-takoe-fito-nutrienty-i-zachem-oni-nam-nuzhny> (дата обращения: 20.10.2024).
2. URL: <https://legalacts.ru/doc/r-222006-05-22-gigiena-truda-rukovodstvo-po> (дата обращения: 20.10.2024).
3. URL: <https://cytamins.ru/articles/stress-kak-prichina-zabolevaniy-zhkt-posledstviya-i-effektivnye-sposoby-profilaktiki> (дата обращения: 20.10.2024).
4. URL: https://medaboutme.ru/articles/stress_i_funktsionalnye_pishchevaritelnye_rasstroystva (дата обращения: 20.10.2024).
5. URL: <https://expert-clinica.ru/blog/stress-vliyaet-na-pischevarenie> (дата обращения: 20.10.2024).
6. Ганижонов П.Х, Мирзажонova С.А. Влияние стресса на физиологию и морфологию пищеварительной системы: аспекты изменений // Экономика и социум. 2023. №12(115).
7. URL: [https://ast-academy.ru/materials/stress_influence/#:~:text=Под%20действием%20гормонов%20стресса%20\(адреналина%2C,риска%20инсульта%20и%20сердечных%20приступов](https://ast-academy.ru/materials/stress_influence/#:~:text=Под%20действием%20гормонов%20стресса%20(адреналина%2C,риска%20инсульта%20и%20сердечных%20приступов) (дата обращения: 20.10.2024).
8. Потупчик Т., Эверт Л., Аверьянова О., Ахмельдинова М. «Влияние стресса на развитие сердечно-сосудистых заболеваний», URL: <https://vrachjournal.ru/sites/default/files/fulltext-pdf/25877305-2019-07-15.pdf> (дата обращения: 17.10.2024).
9. Эбзеева Е. Ю., Остроумова О. Д., Миронова Е. В., Долдо Н. М. «Психологический стресс и заболевания сердечно-сосудистой системы. Клинический случай» (дата обращения: 15.09.2024).
10. Малюкова Т. И. «Реакция сердечно-сосудистой системы на стрессовые воздействия» URL: <https://s.science-education.ru/pdf/2020/6/30248.pdf> (дата обращения: 20.10.2024).
11. Чарикова И.А., Волкова Л.И «Роль стресса при острой сердечно-сосудистой патологии (обзор литературы)» URL: https://elib.usma.ru/bitstream/usma/14768/1/UMJ_2014_123_9_024.pdf (дата обращения: 20.10.2024).
12. URL: <https://bmcpublihealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-023-16819-w> (дата обращения: 20.10.2024).

13. URL: https://www.rmj.ru/articles/kardiologiya/Izmeneniya_psihoemotionalynogo_statusa_i_serdechno-sosudistye_zabolevaniya_cho_pervichno (дата обращения: 21.10.2024).
14. Поиск по базе данных ЛС, опции поиска: МНН – Никотиновая кислота, флаги «Искать в реестре зарегистрированных ЛС», «Искать ТКФС», «Показывать лекформы». Обращение лекарственных средств. ФГУ «Научный центр экспертизы средств медицинского применения» Росздравнадзора РФ (27 марта 2008).
15. URL: <https://www.nih.gov/news-events/news-releases/nih-stops-clinical-trial-combination-cholesterol-treatment> (дата обращения: 21.10.2024).
16. URL: <https://www.rlsnet.ru/active-substance/nikotinovaya-kislota-1099> (дата обращения: 21.10.2024).
17. URL: <https://rosstip.ru/katalog/prom-tor/prombiofit-472/liniya-maj-3-dlya-prigotovleniya-i-fasovki-majoneza-8521> (дата обращения: 21.10.2024).
18. URL: https://apteka.ru/blog/articles/lekarstva_i_dobavki/yantarnaya-kislota-dlya-chegonuzhna-svoystva-i-pokazaniya-k-primeneniyu/?ysclid=m2jet4akw5672630961 (дата обращения 21.10.2024).
19. Поздняков, Д. И. Антиоксидантный и антиамилоидный потенциал производных янтарной кислоты / Д. И. Поздняков, А. В. Мамлеев, А. А. Ладыка, И. Е. Рыбалко [и др.] // Международный науч.-исслед. журн. – 2020. – № 11-1 (101). – С. 175–178.
20. Смирнов, А. В. Янтарная кислота и ее применение в медицине. Ч. II: Применение янтарной кислоты в медицине / А. В. Смирнов, О. Б. Нестерова, Р. В. Голубев // Нефрология. – 2014. – № 18 (4). – С. 12–24.
21. Справочник лекарств и товаров аптечного ассортимента РЛС.
22. URL: <https://rskrf.ru/tips/eksperty-obyasnyayut/polza-yantarnoy-kisloty> (дата обращения 21.10.2024).
23. Справочник Видаль «Лекарственные препараты в России».

Burminsky A.V.,

graduate student of the department of food technology and commodity science
North Caucasus Federal University,

Orobinskaya V.N.,

candidate of technical sciences, associate professor of the department of food technology and commodity science,
North Caucasus Federal University,

Kholodova E.N.,

Associate Professor, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Food Technology and Commodity Science,
North Caucasus Federal University,

Pisarenko O.N.,

Associate Professor, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Food Technology and Commodity Science,
North Caucasus Federal University

THE USE OF SUBLIMATED CHERRY BLOSSOMS AS AN INNOVATIVE RAW MATERIAL FOR THE PRODUCTION OF A FUNCTIONAL PRODUCT FOR LONG-TERM STORAGE IN CONDITIONS OF ITS OWN

Abstract. The study considers the use of cherry blossoms as an innovative component for the production of functional long-term food products with the possibility of further use of their components as a food element for soldiers participating in a Special Military Operation (SVO). The beneficial properties of this ingredient were also studied and the possibilities of further extrapolation of this raw material as a classic food additive were considered.

Keywords: Prúnus pádus, cherry blossoms, innovative raw materials, long-term storage product, phytochemicals, benzoic aldehyde, prussic acid

Диброва Светлана Игоревна,
магистрант,

Мойсеев Дмитрий Юрьевич,
магистрант,

Сахно Ольга Васильевна,
магистрант,

Рындач Мария Алексеевна,

Научный руководитель - к.э.н, доцент

Херсонский государственный педагогический университет, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ И ТРЕНДЫ КОНДИТЕРСКОГО ИСКУССТВА

Аннотация. Представлены инновации кондитерского производства на современном этапе. Тенденции развития кондитерского искусства. Внедрение новых технологий с использованием локальных и натуральных продуктов, которые придают изделиям особенный вкус, а использование цифровых технологии делают кондитерские изделия произведением искусства. Модные тренды в оформлении, технологии приготовления и подача кондитерских изделий. Индивидуальный дизайн, разнообразные вкусовые сочетания все это современная кондитерская отрасль.

Современное кондитерское искусство – это серьезная и сложная наука. Кондитерская отрасль считается одной из самых сложных и перспективных отраслей пищевой промышленности. Ежегодно объем продаж кондитерских изделий растет и развивается. Появляются новые технологии производства, вводятся инновационные разработки [1]

Сладкие изделия повышают настроения и минимизируют стресс у человека. Они должны быть не только эстетически привлекательными и вкусными, но и быть и полезными.

Модные тренды кондитерского искусства напрямую связаны с запросами покупателей.

Набирает популярность в кондитерском производстве мода на здоровое и правильное питания. На пике популярности стали веганские сладости. В них отсутствуют компоненты животного происхождения, рафинированный сахара, пшеничная мука, глютен, пробиотики. В производстве появляются конфеты из сухофруктов, орехов, фиников, кунжута, семечек; пастила без сахара

Внедряется инновационная гастрономическая тенденция с акцентом на локальные продукты и нестандартные вкусовые решения, пробуждающие кондитеров к национальной кулинарной традиции и культурному наследию. [2] Так, российское кондитерское мастерство ярко представляет Нина Тарасова с ее уникальным зефиром из тыквы, шиповника и щавеля, объединяющим в себе необычные сочетания. [3.4]

Новшеством в кондитерском искусстве считается разработка «скрещенных» рецептур с новыми видами кондитерских изделий. Краффины -это гибрид слоенного круасана и мафина Капкарены – от капкейков они получили нежнейшее тесто, а от макаронс – две половинки с кремом. Пончиками из теста для круассанов с топпингом или macaron donut.

Эти кулинарные коктейли завоевывают сердца любителей сладостей. Разнообразные вкусовые сочетания – одна из главных модных фишек отрасли.

Кондитеры отказываются от традиционной круглой форм тортов: на столах появляются кубические, треугольные и другие различные геометрические формы. [5]

В мире сладостей завоевывает популярность 2D-торты. Визуальный эффект достигается путем контрастного очерчивания контура черным цветом, создающего иллюзию созданного мультфильма или комикса.

Продолжают быть актуальными такие форматы как forward cake (перевернутые торты), боковые конструкции и тематические торт-цифры.

Так же остаются в тренде десерты (cake to go) в бумажном стаканчике. Новую жизнь обрели бенто-торты. В 2024 году кондитера придали этим тортам индивидуальность, украшение персонализированными изображениями и надписями.

Актуальными стали минималистические торты и пирожные.

В тренде оформление с зеркальным покрытием, которое дополняют росписью шоколадом или фруктами. Набирают популярность украшения квиллингом.

Очень стильно и оригинально смотрятся торты украшенные миниатюрными или крупными бантами. Новое веяние в оформлении – это анти-выравнивание, при этом не надо выравнивать и делать гладкую поверхность торта, крем наносится быстро и хаотично. Хаотичность набирает популярность и нравится ценителям нестандартных решений. В этом случае дизайн сладостей будет смелым и необычным [6]

Для эффектной подачи на юбилей, свадьбы и для тематических вечеринок, кондитера создали метод подачи тортов «горящая бумага» или сюрприз внутри торта.

Еще один современный стиль оформления тортов «ламбет» – украшение «королевских тортов» используются сложные элементы в технике. Эти торты для особых случаев: свадьбы, крестины, юбилей.

Украшения тортов живыми цветами продолжают набирать популярность. Такие торты выглядят необычно, изысканно, стильно, эстетично и очень красиво. Такой торт будет украшением любого мероприятия. Кондитеры используют экологически чистые и безопасные цветы для украшения.

Пирожные на палочке (cake-pops) еще одна новинка на российском кондитерском рынке. Набирает обороты торт-сообщения, предназначены для очень близких людей. Сверху на торте делают надпись личного характера. [6]

Очень ценится ручная работа, особое место отводится мелкосерийным лакомствам

Кондитеры нацелены подчеркнуть использование качественных ингредиентов, добиться новых текстур и создать замысловатый дизайн. Ручная роспись используется на тортах как абстрактные изображения, так и четкие мазки, или акварельная росписью, а также цветочные узоры или орнаменты.

В мир кондитерского искусства пришли цифровые технологии, что дало возможность внедрить инновации. Кондитера используют 3D-принтер с пищевыми материалами, что привело к кардинальному изменению в декоре – от вафельных рисунков до многоярусных тортов со сложными узорами [5]

Кондитеры вернулись к использованию натуральных ингредиентов: из них создаются красители, применяются свежее выжатые соки, свежие и консервированные ягоды и фрукты для оформления кондитерских изделий.

В 2024 году актуальными стали натуральные цветовые решения: земные, приглушенные тона в декоре тортов и сладостей. Популярность обретают изделия с элементами природного колорита, а также техника создания "капсульных" (жеодоподобных) кондитерских шедевров и техники изготовления жеода [7]

Мода на выпечку не ослабевает: кексы с разнообразными начинками, пари-брест, профитролы и бриоши – лишь часть тренда. Вафельные рожки наполняются не только мороженым, но и оригинальными снековыми вариациями. Макароны изделия претерпевают метаморфозы: трансформируясь в новые формы, размеры и даже превращаясь в уникальное пищевое мороженое

Список литературы

1. Статья «Инновации при производстве кондитерских изделий» 11 сентября 2019 года. URL: <https://sweetinfo.ru/blog/innovatsii-pri-proizvodstve-konditerskih-izdeliy-252>
2. Статья 04.10.2022 Свои сладости на своем сырье. Что происходит на кондитерском рынке РФ? URL: <https://oleoscope.com/analytics/svoi-sladosti-na-svoem-syre-cto-proishodit-na-konditerskom-rynke-rf>
3. Личный блог Зефир Нины Тарасовой. URL: <https://slivmk.ru/kursy/zefir-nina-tarasova>

4. Самый вкусный портал Рунета от Нины Тарасовой. URL: <https://www.niksy.ru>
5. Новые технологии в производстве кондитерских изделий 2023. URL: <https://sfera.fm/articles/konditerskaya/novye-tekhnologii-v-proizvodstve-konditerskikh-izdelii>
6. Статья Использование современных технологий на производстве кондитерских изделий. URL: <https://dzen.ru/a/ZnDzB3wSxjPB82m0>
7. Гузель Магдиева: Искусство на десерт. Книга рецептов Редактор: Сушик О. Издательство: Бомбора, 2019. URL: <https://www.labirint.ru/books/677203>

Svetlana Igorevna Dibrova,

Master's student,

Co-authors:

Dmitry Yurievich Moiseev,

Master's student,

Olga Sakhno,

Master's student,

Ryndach Maria Alekseevna,

Scientific supervisor - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Kherson State Pedagogical University. Russia

MODERN REALITIES AND TRENDS IN CONFECTIONERY ART

Abstract. Presented innovations of confectionery production at the present stage. Trends in the development of confectionery art. Introduction of new technologies using local and natural products that give the products a special flavor and the use of digital technology make confectionery products a work of art. Trends in design, cooking techniques and presentation of confectionery products. Individual design, a variety of flavor combinations are all part of the modern confectionery industry.

References

1. Article "Innovation in Confectionery Production" accessed September 11, 2019, <https://sweetinfo.ru/blog/innovatsii-pri-proizvodstve-konditerskikh-izdeliy-252>
2. Article 04.10.2022 your own sweets on your own raw materials. What is happening in the confectionery market of the Russian Federation? <https://oleoscope.com/analytics/svoi-sladosti-na-svoem-syre-chto-proishodit-na-konditerskom-rynke-rf/>
3. Personal blog Zephyr Nina Tarasova <https://slivmk.ru/kursy/zefir-nina-tarasova/>
4. The Tastiest Portal of Runet by Nina Tarasova Home <https://www.niksy.ru/>
5. New technologies in production of confectionery products 2023 <https://sfera.fm/articles/konditerskaya/novye-tekhnologii-v-proizvodstve-konditerskikh-izdelii>
6. Article Use of modern technologies in the production of confectionery products <https://dzen.ru/a/ZnDzB3wSxjPB82m0>
7. Guzel Magdieva: Art for Dessert. Recipe Book Editor: Sushik O. Publisher: Bombora, 2019 <https://www.labirint.ru/books/677203/>

Ишмухаметова Вилена Камилевна,
студент,
Сургутский государственный педагогический университет,
Сургут, Россия

РАЗРАБОТКА ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ПУТЕВОДИТЕЛЯ ХМАО-ЮГРЫ “ЮГРА НА ВКУС” С УЧЕТОМ ПИЩЕВЫХ ТРАДИЦИЙ НАРОДОВ ХАНТЫ И МАНСИ

Аннотация. Статья посвящена разработке гастрономического путеводителя Югры «Гастрономическая палитра ХМАО-Югры», который нацелен на знакомство жителей и туристов с уникальными продуктами и кулинарными традициями народов Ханты и Манси. В статье описаны основные этапы создания путеводителя, включая выявление специфики кухни региона, определение сущности гастрономического путеводителя, поиск гастрономических предприятий и разработку его содержимого и дизайна.

Ханты-Мансийский автономный округ – Югра – это регион, который богат своей культурой и традициями, объединяющий в себе природу, историю и гастрономию.

Основной целью гастрономического путеводителя является знакомство жителей и гостей региона с местными продуктами и традициями их использования в кулинарии, а также гастрономические предприятия Югры, в которых можно все это попробовать.

Этапами разработки гастрономического путеводителя ХМАО-Югры с учетом пищевых традиций народов Ханты и Манси являются:

1. Выявление специфики кухни Югры;
2. Определение сущности понятия гастрономического путеводителя;
3. Поиск гастрономических предприятий, включающих в себя специфику кухни Югры;
4. Разработка содержимого и дизайна гастрономического путеводителя Югры;
5. Оформление и подведение итогов работы по разработке гастрономического путеводителя Югры.

Первым этапом следует выявить специфику кухни Югры. 25 сентября 2021 года при поддержке Правительства Ханты-Мансийского округа состоялась первая в регионах Уральского федерального округа Проектно-учебная лаборатория региональной кухни «Вкус Югры». В модуле лаборатории объединенная команда шеф-поваров и производителей ХМАО-Югры представили югорские продукты и специалитеты, которые и составляют «Вкус Югры»:

- речная дикая и фермерская рыба – муксун, стерлядь, нельма;
- оленина и мясо лося;
- лесные грибы – грузди, лисички, белые грибы;
- дикоросы – брусника, клюква, морошка, черника, голубика, сосновая шишка, таежные травы;
- облепиха, садовая ягода малина, смородина;
- кедровый орех и его производные – кедровое масло, кедровый жмых. [1]

В процессе разработки гастрономического путеводителя уделяется внимание контакту с местными производителями продуктов питания, фермерами и кулинарами, которые делятся методами своей работы, а также историей создания их продукции. С помощью этого, информация, представленная в путеводителе, позволит полностью погрузить людей в историю и традиции ХМАО-Югры, а также станет уникальным продуктом, не имеющим аналогов. Основной частью путеводителя станет описание и рецепты традиционных блюд, которые готовятся из местных продуктов. В нем будут указаны: локальные ингредиенты; пошаговые рецепты из данных ингредиентов, которые помогут читателям воссоздать блюда у себя дома; история блюд (откуда произошло конкретное блюдо, какие традиции с ним связаны). Путеводитель также будет включать информацию о местных рынках, магазинах

и ресторанах, где можно попробовать или приобрести продукты региона. Одним из таких является ресторан «Миснэ» в Ханты-Мансийске в нем можно насладиться колоритным интерьером и высоким уровнем обслуживания. Меню не оставит равнодушным даже самого искушенного гурмана - так как в нем находится большое количество фирменных блюд из дичи и рыбы, которые не предложат другие рестораны Ханты-Мансийска.

Разработка гастрономического путеводителя требует продуманного подхода как к содержанию, так и к визуальному оформлению. Дизайн должен быть информативным, эстетически привлекательным и отражать уникальность культурного наследия региона, сохраняя при этом связь с традициями народов Ханты и Манси. Тематика и цветовая палитра: Использование природных цветов, таких как зеленый, коричневый и бежевый, которые ассоциируются с тайгой, реками и полями Югры, создавая атмосферу природного богатства и уюта. Шрифт будет понятен для восприятия. Заголовки будут выполнены в более декоративном и характерном стиле, отражающем культурные традиции. Путеводитель будет представлен в формате книги (А5 или А4). Структура включает в себя:

- Введение: История и культурное значение пищевых традиций народов Ханты и Манси.

- Разделы по продуктам: Краткое описание характерных продуктов региона (рыба, мясо, ягоды и грибы), как они используются и готовятся.

- Рецепты: Пошаговые рецепты традиционных блюд с иллюстрациями.

- Гастрономические маршруты: Описание маршрутов с указанием местных рынков, фермерских хозяйств и ресторанов.

- Интервью с производителями: Личные истории местных производителей и кулинаров.

Визуальная часть будет представлена в виде высококачественные фотографии традиционных блюд, местных продуктов, фермеров и кулинаров. Фотографии будут яркими и аппетитными, вызывая эмоциональный отклик у читателя. Также иллюстрации или акварельные рисунки, отображающие продукты, блюда и природу Югры. Это добавит оригинальности и "живости" путеводителю. Одним из интерактивных элементов является размещение QR-кодов на страницах, которые ведут на информацию о проводимых гастрономических фестивалях, мастер-классах, дегустаций. Краткие чек-листы для путешественников, включая "что попробовать" или "что купить" в регионе.

Методами распространения данного путеводителя являются печатные варианты, которые будут располагаться в турагентствах, гостиницах и ресторанах. Другим методом распространения является цифровой формат данного путеводителя, который будет представлен в виде PDF-файла и опубликован на веб-сайтах нашего университета, в социальных сетях ВКонтакте, Telegram и др.

Разработка гастрономического путеводителя ХМАО-Югры – это проект, который является источником распространения уникальной гастрономической культуры региона. Разрабатывая данный путеводитель, мы привлекаем внимание к локальным продуктам, местным культурным традициям региона, что в последствии поддерживает коренные малочисленные народы Ханты и Манси, привлекает новых туристов и укрепляет связи между регионами.

Список источников

1. Проект Гастрономическая карта России и его значение – CountryScanner : [сайт]. URL: <https://countryscanner.ru/proekt-gastronomicheskaya-karta-rossi> (дата обращения: 25.11.2024)

Ishmukhametova Vilena Kamilevna,
student,
Surgut State Pedagogical University,
Surgut, Russia

DEVELOPMENT OF THE GASTRONOMIC GUIDE OF THE KHANTY-MANSIYSK AUTONOMOUS OKRUG-YUGRA “YUGRA FOR TASTE” TAKING INTO ACCOUNT THE FOOD TRADITIONS OF THE KHANTY AND MANSI PEOPLES

Abstract. The article is devoted to the development of the Ugra gastronomic guide "The Gastronomic palette of the Khanty-Mansi Autonomous Okrug", which aims to familiarize residents and tourists with the unique products and culinary traditions of the Khanty and Mansi peoples. The article describes the main stages of creating a travel guide, including identifying the specifics of the cuisine of the region, determining the essence of the gastronomic guide, searching for gastronomic enterprises and developing its content and design.

УДК 338.488.2 : 642.57

Самойлова Софья Александровна,
студент,
Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина
научный руководитель: **Шкуропат Светлана Геннадьевна,**
кандидат культурологии, доцент, доцент,
Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ГОСТЕЙ В ФОРМАТЕ ТЕМАТИЧЕСКОГО ШВЕДСКОГО СТОЛА В РЕСТОРАНЕ ГОСТИНИЦЫ НА «НАЦИОНАЛЬНОМ РУССКОМ УЖИНЕ НА НОВЫЙ ГОД»

Аннотация. Актуальность выбранной темы заключается в том, что система «шведский стол», в целом удобная организация питания в гостинице. Тематический шведский стол позволяет создать уникальные и запоминающиеся мероприятия. Цель исследования: разработать рекомендации по организации обслуживания туристов в зоне тематического шведского стола в ресторане гостиницы (на примере «национального русского ужина на Новый год»). Теоретико-методологическую основу составили труды В.В. Похлебкина и др., ресурсы интернет, сайты компаний и т.п. Практическая значимость заключается в том, что разработанные рекомендации можно применять для организации тематического шведского стола в новогоднем стиле с русским меню в отелях. В итоге, на основе изучения русской кухни и особенностей организации шведского стола автором были разработаны праздничное тематическое меню, состоящее из русских национальных блюд и напитков, эскизный план обслуживания гостей в формате шведский стол в ресторане гостиницы.

Русская кухня имеет длительную историю становления. Каждый из этапов отличался разнообразием стола, составом блюд и технологией их приготовления, что позволяло рассматривать их как отдельные кулинарные традиции. По мнению историка кулинарии Похлебкина В. В., в истории русской кухни выделяются следующие этапы русской кухни [1]:

I. Древнерусская кухня. Период: IX– XVI века.

Овощи употребляли в сыром виде, варили, готовили на пару или запекали. Мясные и молочные продукты не были широко в употреблении. Мед и ягоды служили основой для приготовления сиропов и варенья. В XVI - начале XVII века в русскую кухню вошли заимствованные блюда, такие как лапша и пельмени. Широко употреблялись изделия из зерна (каши, хлеб) и выпечка: пироги, пряники, из напитков: мед, квас, водка.

II. Кухня Московского государства. Период: XVII век.

«Произошло разделение стола по сословному принципу, и окончательно сформировались основные виды русских супов. На кухню значительно повлияло присоединение Астраханского и Казанского ханств, а также Башкирии и Сибири. В то же время крестьянская кухня становится все более простой. Распространение получили: жареное мясо, домашняя птица и дичь; солянки, рассольники; черная икра, красная рыба; изюм, урюк, инжир, леденцы, цукаты, выпечка коврижки, сладкие пироги» [1].

III. Кухня петровско-екатерининской эпохи. Период: XVIII век. В это время в русской кухне появляются «блюда из молотого мяса, иностранные супы, сливочное масло, сыры. Основные блюда: котлеты, запеканки, паштеты, рулеты; молочные, овощные, протертые супы» [1].

IV. Петербургская кухня. Период: конец XVIII века – 60-е годы XIX века. В русскую кухню проникают французские, немецкие, голландские и итальянские блюда. Французские повара вводят комбинирование продуктов. Распространение получили: отбивные, бифштексы; омлеты, сосиски и т.п.

V. Общерусская национальная кухня. Период: 60-е годы XIX века – начало XX века. Русская кухня претерпела изменения благодаря влиянию европейских кулинарных традиций. Региональные блюда русской кухни постепенно становятся общенациональными. Основные блюда: блюда из крупной степной дичи, пельмени, мед.

Первенствующее место занимали хлеб (черный ржаной), «хлебные» изделия (баранки, бублики, крендели, калачи) и супы (щи, похлебки, уха, рассольник, окрошка, солянка) и т.п.

VI. Советская кухня. Период: с 1917 года до начала 1990-х г. Отечественная кухня интегрировала кулинарные традиции народов республик СССР. Основные блюда: многослойные салаты, «закрутки», торты («Сметанник», «Медовик» и др.), соленая, копченая рыба.

VII. Современная русская кухня. Постсоветский период: с 1990-х г. по настоящее время. Соединение традиций тысячелетней истории и современных мировых тенденций развития кулинарного искусства. Основные блюда: блюда разных исторических периодов, приготовленные на современный манер.

Безусловно, каждый народ обладает своими уникальными блюдами, которые стоит попробовать каждому путешественнику. Через пищу происходит знакомство туриста с образом жизни народа и его традициями.

Новый год – это праздник, который любят во всем мире: в России он считается одним из самых популярных. Сейчас главными атрибутами Новогоднего стола являются салаты «Оливье» и «Селедка под шубой», однако традиционная русская кухня полна блюдами, которые не имеют аналогов в других кухнях мира. Они по сей день остаются уникальными, что привлекает внимание туристов и ценителей кулинарии.

На основе изучения особенностей русской кухни, автор разработал тематическое меню «национального русского ужина на Новый год» в формате шведского стола в ресторане гостиницы, из блюд и напитков разных исторических периодов. Праздничный ужин в формате «шведский стол» будет проводиться для постояльцев гостиницы в количестве 50 человек. Количество расчетных грамм еды для кухни на шведский стол можно взять из расчета 600–700 гр. на персону и напитков из расчета 150 гр. крепких напитков, 300 мл. слабоалкогольных и 700 мл. безалкогольных. Меню:

Холодная закуска и салат-бар:

- 1) Грибы, огурцы соленные
- 2) Заливное из судака
- 3) Холодец из курицы
- 4) Язык отварной с хреном
- 5) Бутерброды с красной икрой
- 6) Салат из квашенной капусты
- 7) Винегрет

Горячая закуска:

1) Грибы в сметане

2) Голубцы с мясом

Хлебные и мучные изделия:

1) Пирожки сытные (мясные, с картофелем, луком)

2) Хлеб черный ржаной, пшеничный

Супы:

1) Щи суточные

2) Лапша домашняя с курицей

Основное блюдо:

1) Гусь с яблоками

2) Запеченный молочный поросенок

3) фаршированный судак

4) котлеты «Пожарские»

5) жаркое из говядины с луком

Гарнир:

1) Гречневая каша в сливочном соусе

2) Перловая каша

3) Картофель запеченный

Десерт:

1) коврижка медовая

2) Пастила фруктовая

3) Блины

4) Ватрушки с творогом

5) Запеченные яблоки с медом

6) Кулебяка с ягодной начинкой

7) Топпинги: мед, варенье, сгущенное молоко

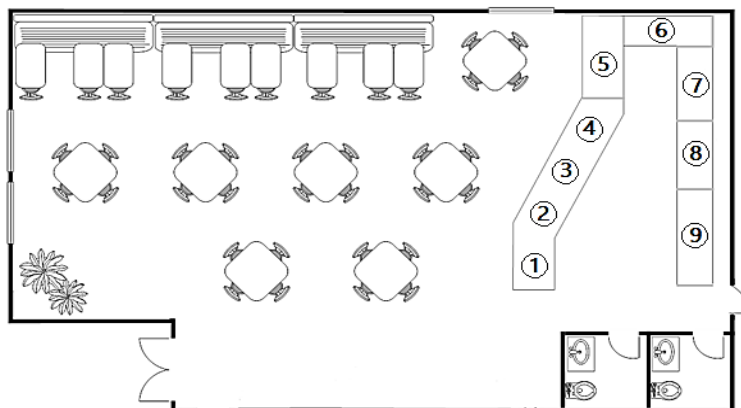
Напитки:

1) Алкогольные: водка

2) Слабоалкогольные: медовуха, сидр

3) Безалкогольные: чай черный, узвар, вода, квас.

Шведский стол имеет определенную планировку, где блюда расположены по определенным станциям в определенном порядке: линия холодных блюд, закусок и салат-бар, линия первых блюд, линия горячих блюд и гарниров, линия холодных напитков, линия горячих напитков, кондитерский стол, хлебный стол (см. рис. 1).



1 – столовые приборы, посуда, подносы; 2, 3 – холодные и горячие закуски; 4 – хлебные изделия; 5 – первые блюда; 6 – диспенсер-подогреватель для тарелок; 7 – основные блюда с гарниром; 8 – десерты; 9 – напитки (составлено автором)

Рисунок 1. Эскизный план тематического шведского стола

Необходимо рядом с каждым блюдом ставить табличку, на которой указано название блюда, его состав и его калорийность. Эта информация важна для гостей, которые считают какое количество калорий они должны принять за рацион питания.

Посуда для шведского стола должна быть ударопрочная, закупаться с большим запасом. Так как посуда является неотъемлемой частью приема пищи, то она постоянно в обиходе. Абсолютно очевидно, что к выбору производителя необходимо подходить с особым вниманием. В дополнение к уже имеющейся посуде стандартного белого цвета можно закупить посуду, выполненную в новогоднем стиле для создания атмосферы праздника. Поэтому далее мы подробнее рассмотрим примеры посуды от различных производителей (см. табл. 1):

Таблица 1

Новогодняя посуда

Вид изделия	Наименование	Стоимость (1 экземпляра)
	Блюдо Lefard "Celebration" овальное 30,5 см	1274 р.
	GAEM Подставка для торта, D 25 см, L25,5 W25,5 H8 см	1185 р.
	Тарелка обеденная Lefard "Елка" 27 см	913 р.
	Тарелка закусочная lefard "celebration" 23 см	884 р.
	GAEM Салатник, 650 мл, L14 W14 H7 см	571 р.
	GAEM Кружка, 500 мл, L15 W11 H8,5 см	648 р.
	Подставка под ложку lefard "елка" 22 см красная	546 р.
	GAEM Чашка с блюдцем "Олень", 200 мл, L10,5 W7 H7 см	442 р.
	GAEM Подставка для салфеток "Олени", L8 W4,5 H6,5 см	236 р.

*составлено автором по [2]

Таким образом, мы рассмотрели, какая посуда может быть использована для обслуживания туристов в зоне ужина ресторана гостиницы в формате шведского стола. Автором были предложены различные варианты посуды с новогодней тематикой. Стандартная линия шведского стола включает в себя специальное оборудование, которое можно приобрести у отечественных производителей (например, компания-производитель Refettorio [3]). Также для более полного погружения в атмосферу национального ужина на Новый год ярким дополнением будет самовар, так как посиделки у самовара являются неотъемлемой частью русских традиций. Одной из известных компаний-продавцов самоваров является компания «Мир Самоваров.RU» [4]. Наиболее подходящим вариантом будет электрический самовар, представленный на рис. 2, объемом 10л. и стоимостью 30 500 руб.



Рис. 2. Самовар электрический 10 литров с художественной росписью [4]

Организация и обслуживание гостей будет проходить согласно ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования», ГОСТ 32692-2014 «Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания».

В итоге, автор разработал тематическое новогоднее меню для «национального русского ужина на новый год» для зоны шведского стола в ресторане гостиницы и предложил варианты новогодней посуды. Продуманное меню, грамотная организация зоны шведского стола, эстетичное оформление и высокий уровень обслуживания создают у гостей положительные воспоминания о мероприятии. Чем успешнее прошло торжество, тем больше людей делятся фотографиями блюд и оригинальных деталей интерьера, что способствует привлечению новых гостей в отель.

Список литературы

1. Похлебкин В. В. Национальные кухни наших народов (Основные кулинарные направления, их история и особенности. Рецептура). – М.: Легкая и пищевая пром-сть, 1983. – 304 с.
2. Официальный сайт производителя посуды и предметов интерьера из фарфора и керамики. Lefard: URL: <https://www.lefard.su> (дата обращения 18.03.2024).
3. Официальный сайт производителя торгово-технологического оборудования. Refettorio: URL: <https://refettorio.ru> (дата обращения: 18.03.2024).
4. Официальный сайт компании-продавца самоваров. Мир Самоваров. URL: <https://mir-samovarov.ru> (дата обращения: 18.03.2024).

Sofia Alexandrovna Samoilova,
student,
Pushkin Leningrad State University
scientific supervisor: **S. G. Shkuropat,**
Ph.D. of Cultural Studies, Associate Professor,
Pushkin Leningrad State University

**RECOMMENDATIONS FOR THE ORGANIZATION OF GUEST SERVICE
IN THE FORMAT OF A THEMATIC BUFFET IN THE HOTEL RESTAURANT
AT THE "NATIONAL RUSSIAN DINNER FOR THE NEW YEAR"**

Abstract. The relevance of the chosen topic lies in the fact that the "buffet" system, in general, is a convenient organization of meals in the hotel. Thematic buffet allows you to create unique and memorable events. The purpose of the study: to develop recommendations for organizing tourist services in the area of a themed buffet in a hotel restaurant (using the example of a "national Russian New Year's dinner"). The theoretical and methodological basis was the works of V.V. Pokhlebkin et al., Internet resources, company websites, etc. The practical significance lies in the fact that the developed recommendations can be used to organize a themed buffet in the New Year style with a Russian menu in hotels. As a result, based on the study of Russian cuisine and the features of the organization of the buffet, the author developed a festive themed menu consisting of Russian national dishes and drinks, a sketch plan for serving guests in the buffet format in the hotel restaurant.

References

1. Pokhlebkin V. V. National cuisines of our peoples (The main culinary directions, their history and features. The recipe). – M.: Light and food industry, 1983. -304 p.
2. The official website of the manufacturer of tableware and interior items made of porcelain and ceramics. Lefard: URL: <https://www.lefard.ru/> (accessed 03/18/2024)
3. The official website of the manufacturer of commercial and technological equipment. Refetorio: URL: <https://refetorio.ru/> (date of access: 03/18/2024)
4. The official website of the samovar seller company. The world of Samovars. URL: <https://mir-samovarov.ru/> (date of access: 03/18/2024)

Раздел IV

АРХИТЕКТУРА, ДИЗАЙН И ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ТВОРЧЕСТВО КАК ИНСТРУМЕНТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 7.072.2

Акчурина Дельфина Фаридовна,

член АИС, член Международного союза педагогов-художников, преподаватель,
Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ПРИМЕР СИНЕРГИИ КУЛЬТУР КИТАЯ, ЯПОНИИ, РОССИИ: ХУДОЖНИК ОЛЕГ УСОВ В ПРОЕКТЕ «ЯПОНСКИЕ СЕЗОНЫ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН»

Аннотация: статья посвящена малоизученным направлениям традиционной китайской и японской живописи на примере произведений русского художника, мастера Сумие-Э – Олега Усова. Рассмотрен его вклад в японскую живопись «бундзинга», частью которого является Сумие-Э. Автор рассматривает синергию культур Японии, Китая, России; сотрудничество современных художников и поэтов России с японскими коллегами. Тема актуальна особенно в свете сегодняшней политической разобщенности народов и цивилизаций. Цель исследования, теоретическая и практическая значимость статьи состоит в актуализации творчества русского художника О.Б. Усова, который известен в кругах специалистов искусства Японии как мастер, обогативший канонический свод сюжетов Суми-Э.

Цивилизации Китая и Японии, в частности, особенности их живописных школ, продолжают оставаться недостаточно изученными даже в среде специалистов. Поэтому всякий новый материал на эту тему, а также изучение синергических связей между культурами этих народов являются весьма актуальными для искусствоведов, культурологов, преподавателей. Впервые в истории отечественного искусствознания вопрос становления японской живописи изучался в диссертации О.И. Чердаковой «Роль китайской традиции в японской живописи «бундзинга» XVIII – первой половины XIX вв.» в 2016 г.² Однако до сих пор в нем много лакун. Тем более неизученным остается современный период развития Сумие-Э.

В фундаменте японской живописи, при всей ее самобытности, лежат древнейшие изобразительные традиции Китая, его философское мирозерцание, его этика.

Японская живопись «бундзинга» базируется на «южной школе» древнекитайской «живописи ученых» – нанга, а получает свое начало в XVII в. Эта живописная техника является возобновлением китайских живописных традиций III-II веков до н. э. Одно из направлений бундзинга – Сумие-Э – искусство живописи черной тушью в экспрессивной манере, – следует традиционной живописи и графики древнего Китая, которая разделяется на технику Сеи (небрежной кисти) и Го-хуа (тщательной кисти). Важно понимать, что это не только художественная, но целостная философская система, выражающая в искусстве принципы даосизма и дзен-буддизма.

Изобразительная система Японии, как и Китая, подчинена смене времен года. Как и в поэзии, в изобразительном искусстве этих стран преобладают сезонные мотивы, посредством которых художник и поэт погружают своего собеседника в философское созерцание, поэтический транс, исполненный гуманизма, милосердия, и призванный восстановить гармонический баланс с самим собой и с мирозданием. В этом аспекте наблюдается поразительное родство между культурой Китая и Японии – и культурой России, стремящейся к самопостижению и катарсису, и выражающую себя через образы природы.

Итак, «Картины четырех сезонов» – один из фундаментальных жанров японской живописи. Понять истинное значение его визуальных посланий можно, только если зритель погру-

² Чердакова О.И. Роль китайской традиции в японской живописи «бундзинга» XVIII – первой половины XIX вв.

жен в культурный контекст цивилизации дальнего Востока, понимает символику изображаемых предметов. Так, в частности, зимние сюжеты и мотивы несут в себе столкновение темы щемящей красоты и темы испытания, они проникнуты духом печали и очарованного созерцания простой и незамысловатой жизни природы. Им свойственна примиренность с бытием и законом мироздания – Дао.

С большой и многогранной областью искусства – современной практикой Сумие-Э российских и японских зрителей последовательно знакомит признанный мастер традиционной японской живописи – московский художник Олег Борисович Усов.

В рамках проекта «Японские сезоны в Республике Татарстан» 24 ноября 2023 г. состоялся очередной мастер-класс О. Усова на кафедре дизайна КИУ имени В.Г. Тимирязова. В качестве объекта штудии художник выбрал заснеженную ветку сосны. В Японии и Китае сосна является метафорой отшельника, совершенствующего свой дух, символом благородной стойкости, постоянства, образом мужественной души, переносящей все испытания жизни. Мотив сосны, воспетый М.Ю. Лермонтовым, напоминает россиянину не только о смене времен и приближении Нового Года, но и о постоянстве и стойкости перед лицом судьбы, о силе хрупкой жизни, о принятии своего пути. Чем не философия Дао? И вновь мы видим единство семантического ряда, объединяющего цивилизации и народы.

«На севере диком стоит одиноко || На голой вершине сосна || И дремлет качаясь, и снегом сыпучим || Одета, как ризой, она» - по существу, строки Лермонтова – описание канонического сюжета древнекитайской живописи, который мы помним в изводе таких гениев духа, как Го Си (11 в.), Ма Юань, Ма Линь (12-13 вв.), и других великих художников Поднебесной.



Рис.1. Ма Юань. «Сидя под сосной», конец 12 - начало 13 века.



Рис.2. Ма Юань. «Беседа в пещере в тени сосен», конец 12 - начало 13 века.

Олег Усов познакомил участников встречи с приемами рисования на рисовой бумаге, аутентичными инструментами для рисования из Японии и Китая. Рассказал о свойствах кистей из ворса колонка, козы, волка, медведя, крысы, других животных. Такие кисти позволяют показать особенности дальневосточной техники живописи, они удерживают тушь ворсом кисти точно в резервуаре, дают богатый мазок, воспроизводящий сложную фактуру объектов. Мягкая диффузия пигментов на рисовой бумаге создает эффект спонтанности и нерукотворности изображения.



Рис. 3. Олег Усов, этюд сосны. 2023



Рис.4. Олег Усов. Ветка сосны в снегу. 2023

Помимо китайской туши участники мастер-класса протестировали минеральные краски, которыми работают японские художники. У таких красок иной состав, нежели в акварели. Они обладают как лессирующими, так и кроющими качествами. В японских белилах присутствуют частицы перламутра, позволяющие передать бликование снега, воды.



Рис.5. Студенты КИУ им. В.Г. Тимирязова на мастер-классе О. Усова

Отметим, что данный мастер-класс – далеко не первое творческое посещение художником Казани. В 2022 году в КИУ экспонировалась выставка свитков Олега Усова и его сына – каллиграфа Станислава Усова, после вернисажа так же состоялся открытый мастер-класс для студентов вуза и для ценителей японской культуры. Темой мастер-класса стало изображение креветки по мотивам произведений культового китайского мастера Ци Бай Ши. В событии участвовали и казанские поэты-хайдзины, создающие канонические стихи хайку в пространстве русской лирики. Вот такой феномен пересечения живописи и лирики, японских по генезису, но расцветших на отечественной, русской почве, что не может не отразиться в темах и образах данного жанра.

Олег Борисович Усов много лет состоит в Творческом Союзе художников японской живописи «Суми-Э». Является постоянным участником тематических проектов, многократным призером международных выставок в Японии и России. Признанные специалисты Японии ценят в его искусстве бережную точность и аналитический подход к изучению наследия Японии, философское осмысление культуры страны восходящего солнца, «вживанием» в нее. Ему удалось «раствориться» в мировоззрении и настроении японской культуры, проникнуть в красоту принципа «ваби-саби» (очарование несовершенного, незаконченного), лежащего в основе японского мирозерцания и стиля Суми-Э как такового. Некоторая суховатость манеры Усова компенсируется необыкновенной любовью к каждой детали натуры. Мастерство Усова-художника зиждется на высоком профессионализме рисовальщика, опыте, насмотренности и вдумчивости. Один из немногих русских «японистов», Усов идет не путем механического копирования древних приемов, но путем анализа и поиска способов отображения природы по законам Суми-Э, в том числе, при изображении флоры наших широт.

Олегу Усову удалось обогатить канонический свод сюжетов Суми-Э несколькими исконно русскими мотивами в жанре «Цветы и птицы», которые были признаны сообществом японских художников. Это поистине уникальное явление, если вспомнить, насколько консервативно японское искусство. Осыпающиеся золотые шары, рябиновые гроздья, непритязательные полевые цветы, воробьиный выводок среди подсолнухов – на шелковых свитках славянская природа выглядят как откровение. Усов осмысляет объект и окружающее его пространство, закономерность их взаимодействия с точки зрения энергетических потоков. Экспериментальным путем он выстраивает в композиции «открытое», либо «закрытое» для энергетических потоков пространство. Речь идет о Ци - «энергии, пронизывающей все живое». Как поясняет художник, малейшая деталь на картине может стать «запирающим» элементом, некоей заключительной точкой в произведении – либо, напротив, элементы композиции будут структурироваться подобно руслу реки, не препятствуя внутреннему движению стихии Ци, как божественной энергии, действующей в мироздании.

Работы художника были представлены казанцам на персональной выставке в Галерее «Манеж» Музея-заповедника «Казанский Кремль», проходившей с 25 ноября по 3 декабря 2023 г. Проект был назван «Зимние мотивы в живописи суми-э и в поэзии хайкай», и проходил в рамках фестиваля «Японские сезоны в Республике Татарстан».



Рис. 6. Олег Усов в Галерее «Манеж», Казань, 2023

Экспозицию обогатили изящные каллиграфические композиции со строками классических хайку японских поэтов, созданные сыном художника, каллиграфом Станиславом Усовым. Инсталляция сопровождалась стихами японской поэзии в переводе япониста, переводчика, профессора Международного университета Акита (AIU) – Александра Долина.

В качестве ответного жеста в лирическом состязании приняли участие 12 участников Казанской Студии поэтических миниатюр "Лалэ". На тему произведений Олега Усова казанскими хайдзинами было написано 100 поэтических этюдов в жанре хайку.



Рис. 7. Олег Усов. Ястреб на ветке сосны. 2023

Соединение живописи, каллиграфии и поэзии – основополагающая особенность культуры Японии и Китая, так что казанская презентация выставки «Зимние мотивы в живописи суми-э и в поэзии хайкай» воплотила полноту и аутентичность концепции просветительского проекта. В нем соединились творческий дух Японии и России, наша способность к культурной синергии с любым народом.

В качестве подобного межкультурного жеста можно назвать выставку Янь Дуньцзяня, «Цветы и птицы», которая происходила в июле-сентябре 2015 г. в Казанском Кремле в галерее «Хазинэ». На ее вернисаже китайский художник создал в присутствии зрителей свиток с изображением Свяжского Успенского монастыря в манере Се-и, - что явилось и парадоксальным, и духоподъемным событием диалога народов.



Рис. 8. Го Си. Осень. Около 1072

В заключение добавим несколько слов о технических особенностях традиционной живописи Китая и Японии. В живописи Китая – Гохуа существует два главных способа передавать мир: Гунби – прием «тщательной кисти», а Се-и – способ передать самую суть предмета, передать идею, очищенную от всего внешнего, посредством мгновенного, спонтанного наброска. Второй метод был изобретен последователями дзен-буддизма, и ценился особенно высоко, как проявление озарения и свидетельство просветленности мастера кисти.

Японская живопись Сумие-Э – это как раз монохромная гризайль, чья цель – передать дух и суть объекта, его основополагающие черты. Данный стиль требует особой постановки руки, свободного навыка управления кистью. Здесь каждый штрих не случаен. Концепция Сумие-Э – культивирование простоты и непритязательности мотива, подлинность переживания каждого мгновения будничной жизни, постижение прелести ускользающего мига бытия в его естественной, небузупречной форме.

Искусство Сумие-э исполнено символизма. Это настоящее зашифрованное послание зрителю. Изображение соединено с каллиграфической надписью, в которой важно все – даже почерк каллиграфа. Мастер передает заданное состояние не только через сюжет и текст к нему, но и с помощью экспрессии визуальных средств. С одной стороны, живопись Китая и Японии – это искусство продуманной динамики композиции и строгой выверенности технических приемов. В то же время оно зиждется на стихийной непосредственности и «полетности» каждого жеста, отключении контроля ума над процессом творчества. Это особое состояние души, воспитанное мировоззрением дзен-буддизма и даосизма, оно сродни тайнодействию в состоянии творческого транса. Мастер Сумие-Э должен сочетать в себе оригинальность мышления с трудолюбием и совершенством в ремесле. Но главное, что поставлено во главу угла этого искусства – озаренность.



Рис. 9. Вэнь Чжэнмин. «Старая сосна» династия Мин, 16 век

Традиционное искусство Китая и Японии отличает особое отношение к «объему» пространства листа, к его символической глубине, которую художник учится чувствовать годами. Пустота чистого пространства по философии даосских художников – не есть просто пустота. Она исполнена возможностей и внутреннего движения. Однако цель этого мистического пространства – обретение духовного покоя, «недеяния». Прием «осмысленной пустоты» – ехаку – стал важнейшим содержательным фактором в искусстве композиции даосов и дзен-буддистов.



Рис. 10. Хасэгава Тобаку. Сосновый лес. Ок. 1590. Япония



Рис. 11. Сосны над речным потоком. Неизвестный мастер, Япония

В целом именно синергия культур двух народов при любви к собственной самобытности создала такое уникальное явление, как Суми-Э.

Но не менее удивителен интерес к этому древнему направлению искусства со стороны современного российского общества. В России создано несколько школ, специализирующихся на дальневосточной живописи. Высокая степень погруженности и мастерства наших художников, позволила достичь аутентичности в создании нового пласта культуры Суми-Э и в то же время создать новую область в отечественном искусстве.

Репродукции к статье взяты из открытых источников в интернете.³

Список литературы

1. Чердакова О.И. Роль китайской традиции в японской живописи «бундзинга» XVIII – первой половины XIX вв.: дис. ... канд. : 17.00.04 / Чердакова Ольга Игоревна; [Место защиты: Государственный институт искусствознания]. – Москва, 2016.- 174 с. [Электронный ресурс] // dissercat. URL: <https://www.dissercat.com/content/rol-kitaiskoi-traditsii-v-yaponskoi-zhivopisi-bundzinga-xviii-pervoi-poloviny-xix> (дата обращения: 16.11.2024)

2. Сосна как символ в восточной культуре. [Электронный ресурс] //ZENSO. 2024. URL: <https://zenso.ru/dzen-iskusstvo/zhivopis/sosna-kak-simvol> (дата обращения: 16.11.2024)

Delphina Faridovna Akchurina,

member of AIS, Member of the International Union of Art Educators, Lecturer,
Kazan Innovation University (IEUP),
Kazan, Russia

AN EXAMPLE OF SYNERGY OF CULTURES OF CHINA, JAPAN, RUSSIA: ARTIST OLEG USOV IN THE PROJECT “JAPANESE SEASONS IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN”

Abstract: The article is devoted to little-studied directions of traditional Chinese and Japanese painting on the example of works by Oleg Usov, a Russian artist, master of Sumie-E. His contribution to Japanese painting “bunjinga”, of which Sumie-E is a part, is considered. The author considers the synergy of cultures of Japan, China, Russia; cooperation of modern artists and poets of Russia with Japanese colleagues. The topic is relevant especially in the light of today's political separation of peoples and civilizations. The purpose of the research, theoretical and practical significance of the article is to actualize the work of the Russian artist O.B. Usov, known in circles of Russian artists. Usov, known in the circles of specialists of Japanese art as a master who enriched the canonical set of Sumi-E subjects.

³ Сосна как символ в восточной культуре.

References

1. Cherdakova O.I. The role of the Chinese tradition in the Japanese painting “bunjinga” XVIII – first half of XIX centuries: dissertation ... candidate : 17.00.04 / Cherdakova Olga Igorevna; [Place of defense: State Institute of Art History].- Moscow, 2016.- 174 p. [Electronic resource] // dissercat. URL: <https://www.dissercat.com/content/rol-kitaiskoi-traditsii-v-yaponskoi-zhivopisibundzinga-xviii-pervoi-poloviny-xix> (date of reference: 15.11.2024)
2. Pine tree as a symbol in the Eastern culture. [Electronic resource] //ZENSO. 2024. URL: <https://zenso.ru/dzen-iskusstvo/zhivopis/sosna-kak-simvol> (date of address: 15.11.2024)

УДК 72.023

Александрова Ульяна Владимировна,

студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия ,

Фахрутдинова Инесса Алековна,

к. арх, доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

БИОФИЛЬНЫЙ ДИЗАЙН В АРХИТЕКТУРЕ КАК ПОДХОД К АРХИТЕКТУРЕ И ДИЗАЙНУ ИНТЕРЬЕРОВ

Аннотация. Статья рассматривает концепцию биофильного дизайна в архитектуре, сосредотачивая внимание на живых стенах и зеленых крышах как способах интеграции природы в городскую среду. Также объясняется то, как зеленые пространства улучшают качество воздуха, способствуют сохранению биоразнообразия и увеличивают энергоэффективность зданий. Обсуждаются примеры успешных проектов, где используются живые стены и крыши, подчеркивающие их эстетическую и функциональную ценность. В статье выделяются преимущества для здоровья и благополучия жителей, такие как снижение стресса и улучшение настроения. Наконец, рассматриваются потенциальные вызовы и ограничения, связанные с реализацией таких решений в современных городах.

Ключевые слова: биофильная архитектура, экология, зеленые крыши и стены

Во все более урбанизированном мире архитекторы и дизайнеры интерьеров постоянно ищут инновационные способы воссоединения людей с природой.

Вдохновленный врожденным влечением человека к природе и живым системам, биофильный дизайн становится сильным дизайнерским направлением, создающим гармонию между искусственной средой и миром природы.

«Биофилия», термин, предложенный биологом Эдвардом Осборном Уилсоном, относится к врожденной привязанности человека к природе и живым системам.

Поскольку урбанизация и технический прогресс приводят к отрыву от природы, биофилия стала важным элементом дизайна, способствующим благополучию и укрепляющим наши связи.

Биофильный дизайн – это подход к архитектуре и дизайну интерьеров, который направлен на интеграцию природы в архитектурную среду. Он призван способствовать благополучию, устойчивости и ощущению места в жизни.

Преимущества биофилии:

1. Повышение благосостояния и производительности.
2. Экологичность.
3. Улучшенный пользовательский опыт.
4. Экономические выгоды.

Основные принципы биофилии в архитектуре:

1. Прямое восприятие природы.

Включение в дизайн природных элементов, таких как растения, вода, солнечный свет и свежий воздух. Этого можно добиться с помощью зеленых крыш, живых стен, водных объектов и больших окон, которые обеспечивают достаточно естественного света и виды на природу.

2. Косвенное восприятие природы.

Использование натуральных материалов, цветов, узоров и текстур, которые вызывают ощущение пребывания на природе. Это может включать использование дерева, камня и других органических материалов, включение узоров, вдохновленных природой, таких как фракталы, и цветов, которые отражают естественный мир.

3. Условия пространства и места.

Проектирование пространств, которые способствуют связи с окружающей средой, например, виды, перспективные зоны и зоны укрытия, а также пространства, которые поощряют исследование и движение. Создать ощущение глубины и измерения, включив различные высоты, уровни и визуальную сложность.

4. Эволюционные отношения человека и природы.

Интегрирование культурных и исторических аспектов, которые отражают отношения человека и природы, такие как искусство, символы и биомимикрия. Продумывание того, как местная история, традиции и культурные ценности могут быть выражены через дизайн, чтобы создать более глубокую связь с природной средой.

5. Интеграция природных систем.

Включение в дизайн природных систем, таких как сбор дождевой воды, переработка серой воды и естественная вентиляция, чтобы способствовать сохранению ресурсов и снижению воздействия на окружающую среду.

Практическое использование биофилии:

1. Зеленые стены.

2. Естественное освещение.

3. Водные элементы.

4. Биофильные материалы.

5. Узоры и цвета, вдохновленные природой.

6. Динамический и рассеянный свет.

7. Открытые пространства.

Практические примеры биофилии (рис. 1, 2):



Рис. 1. Больница Khoo Teck Puat, Сингапур

Больница Khoo Teck Puat включает в себя обширную зелень, естественное освещение и водные объекты по всему своему дизайну, создавая целебную среду для пациентов и приятное рабочее место для персонала. Сады и балконы на крыше здания предлагают отдых и релаксацию, а энергоэффективный дизайн минимизирует воздействие здания на окружающую среду.



Рис. 2. Bullitt Center, Сиэтл, США

Названный «самым зеленым коммерческим зданием в мире», Bullitt Center включает в себя многочисленные элементы биофильного дизайна, включая зеленую крышу, естественную вентиляцию и стратегии дневного освещения. Здание собирает дождевую воду, вырабатывает электроэнергию и перерабатывает отходы, устанавливая высокий стандарт устойчивого дизайна.

Включая биофильные и устойчивые принципы, дизайнеры могут создавать эстетически привлекательные, эмоционально резонансные, экологически ответственные и ресурсоэффективные пространства. В конечном итоге, эти синергетические отношения способствуют более устойчивому будущему, в котором построенная среда поддерживает благополучие человека и здоровье нашей планеты.

Список литературы

1. Stephen Kellert and Bill Finnegan – Biophilic Design Network «Biophilic Design: The Architecture of Life». – М. : [б.и.], 2012 / [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tamarack-media.co.uk/biophilic-design>
2. Автор не указан – Green Roofs for Healthy Cities «Green Roofs for Healthy Cities is North America's industry association for green roofs and green walls». – М. : [б.и.], 2023 / [Электронный ресурс]. – URL: <https://greenroofs.org>
3. Wiki World: Exploring Children's Architecture Education and Community Building in Rural China. М. : [б.и.], 2024 / [Электронный ресурс]. – URL: https://www.archdaily.com/1022371/wiki-world-exploring-childrens-architecture-education-and-community-building-in-rural-china?ad_medium=widget&ad_name=interviews-index
4. Maria-Cristina Florian– A Bio-Digital Exploration: ecoLogicStudio Opens Deep Forest Exhibition at the Louisiana Museum in Denmark. – М. : [б.и.], 2024 / [Электронный ресурс]. – URL: https://www.archdaily.com/1023927/a-bio-digital-exploration-ecologicstudio-opens-deep-forest-exhibition-at-the-louisiana-museum-in-denmark?ad_medium=widget&ad_name=architecture-news-article-show

5. Jon Astbury – Bio-Architecture Formosana organises Taiwanese housing around urban farm – М. : [б.и.], 2024 / [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.dezeen.com/2024/10/11/bio-architecture-formosana-taisugar-circular-village>
6. Автор не указан – Tracking climate change and biodiversity loss one landscape at a time: Landscape Institut Award finalists announced – М. : [б.и.], 2021 / [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.landscapeinstitute.org/news/tackling-climate-change-and-biodiversity-loss-one-landscape-at-a-time-landscape-institute-award-finalists-announced>
7. Alexa Jeffress – Biophilic City Planning and Design Program. М. : [б.и.], 2024 / [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.scps.virginia.edu/programs/biophilic-city-planning-and-design-program>
8. Lydia Lee – Piitsburgh’s LEED Gold David L. Lawrence Convention Center gets a Green glow-up. М. : [б.и.], 2023 / [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.usgbc.org/articles/pittsburgh-s-leed-gold-david-l-lawrence-convention-center-gets-green-glo>
9. Автор не указан – About Greenbuild. М. : [б.и.], 2022/ [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.usgbc.org/press/about-greenbuild>

Ulyana Vladimirovna Alexandrova,

student,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,

Kazan, Russia,

Fakhrutdinova Inessa Alekovna,

PhD, Associate Professor,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov

Kazan, Russia

Abstract. This article examines the concept of biophilic design in architecture, focusing on living walls and green roofs as ways to integrate nature into urban environments. It also explains how green spaces improve air quality, promote biodiversity, and increase the energy efficiency of buildings. Examples of successful projects that use living walls and roofs are discussed, highlighting their aesthetic and functional value. The article highlights the health and well-being benefits of residents, such as reduced stress and improved mood. Finally, potential challenges and limitations associated with implementing such solutions in modern cities are discussed.

Keywords: biophilic architecture, ecology, green roofs and walls

References

1. Stephen Kellert and Bill Finnegan – Biophilic Design Network «Biophilic Design: The Architecture of Life». – М.: [б.и.], 2012 / [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.tamarackmedia.co.uk/biophilic-design>.
2. Authtor not specified – Green Roofs for Healthy Cities «Green Roofs for Healthy Cities is North America’s industry association for green roofs and green walls». – М.: [б.и.], 2023 / [Electronic resource]. – Access mode: <https://greenroofs.org/>
3. 韩爽 – Wiki World: Exploring Children’s Architecture Education and Community Building in Rural China – М.: [б.и.], 2024 / [Electronic resource]. – Access mode: https://www.archdaily.com/1022371/wiki-world-exploring-childrens-architecture-education-and-community-building-in-rural-china?ad_medium=widget&ad_name=interviews-index
4. Maria-Cristina Florian – A Bio-Digital Exploration: ecoLogicStudio Opens Deep Forest Exhibition at the Louisiana Museum in Denmark – М.: [б.и.], 2024 / [Electronic resource]. – Access mode: https://www.archdaily.com/1023927/a-bio-digital-exploration-ecologicstudio-opens-deep-forest-exhibition-at-the-louisiana-museum-in-denmark?ad_medium=widget&ad_name=architecture-news-article-show

5. Jon Astbury – Bio-Architecture Formosana organises Taiwanese housing around urban farm – М.: [b.i.], 2024 / [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.dezeen.com/2024/10/11/bio-architecture-formosana-taisugar-circular-village/>
6. Author not specified –Tracking climate change and biodiversity loss one landscape at a time: Landscape Institut Award finalists announced – М.: [b.i.], 2021 / [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.landscapeinstitute.org/news/tackling-climate-change-and-biodiversity-loss-one-landscape-at-a-time-landscape-institute-award-finalists-announced/>
7. Alexa Jeffress–Biophilic City Planning and Design Program– М.: [b.i.], 2024 / [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.scps.virginia.edu/programs/biophilic-city-planning-and-design-program>
8. Lydia Lee – Piitsburgh’s LEED Gold David L. Lawrence Convention Center gets a Green glow-up – М.: [b.i.], 2023 / [Electronic resource]. – Access mode: <https://gubernihttps://www.usgbc.org/articles/pittsburgh-s-leed-gold-david-l-lawrence-convention-center-gets-green-glo>
9. Author not specified – About Greenbuild – М.: [b.i.], 2022/ [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.usgbc.org/press/about-greenbuild>

УДК: 316.334.56

Мухутдинов Радик Фаридович,
архитектор, к. п. н., доцент, кафедра дизайна,
Афанасьев Тимофей Витальевич,
студент,
Шухратова Луиза Шухратовна,
ст. преподаватель, зам. заведующего кафедры дизайна по проектной деятельности,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ФОРМИРОВАНИЕ ГОСТЕПРИИМНОГО ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ МЕТОДОМ МЕДИА ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются основные методы медиа проектирования, которые играют ключевую роль практически в любом современном проекте, создавая внешний вид продукта, рассказывая историю посредством мультимедиа. Раскрываются такие понятия как брендинг и гостеприимный имидж и как они связаны между собой. Авторы показывают значимость графического логотипа, а также его последующую анимацию. Делается вывод, что процесс медиа проектирования в полной мере позволяет сформировать имидж предприятия быстрого питания.

Ключевые слова: Гостеприимство, имидж, предприятие быстрого питания, «Рисоточка», медиа проектирование, медиа проект, создание айдентики, медиапроект, посетители, студенческое кафе, анимация

Имиджевая составляющая предприятия быстрого питания является важным элементом системы по формированию его позитивного образа с учетом сетевого характера деятельности. Для подобных предприятий важно построение уникального образа, который в любом населенном пункте будет выделяться на фоне конкурирующих организаций. Создание подобной теплой и уютной атмосферы задача первостепенного значения, которая решается путем создания художественными образами компании – логотип, рекламные видеоролики, айдентикой и т. д. Построение имиджа предприятия опирается на создание уникального брендинга, который включает в себя большинство компонентов визуального ряда и различных форм коммуникации с клиентами. Так брендинг компании в долгосрочной перспективе выступает как целостная стратегия, определяет позиционирование предприятия на рынке и ключевые ценности бренда.

Например, любой атрибут успешной компании передает заложенную в нее смысловую информацию даже в отрыве от других элементов айдентики, например, логотип McDonald's [1], а соответственно и основные идеи, и концепции международной сети ресторанов. Создание семейной атмосферы и гостеприимного имиджа помогло закрепить в сознании миллионов людей добрые воспоминания из детства, с которыми теперь будет ассоциироваться каждое посещение этого заведения. Следовательно, хорошо проработанный брендинг закрепился в сознании потребителя и находит отражение в долгосрочной памяти. Посетитель кафе может не осознавать этого, но каждая деталь заведения отражает основные принципы компании.

Айдентика – набор графических форм и принципов построения визуальной коммуникации компании, объединенных идеей бренда. Данный термин имеет много общего с понятием фирменный стиль, но именно он соединяет в себе визуальный вид, ассоциативный ряд, последующее взаимодействие потребителей с предприятием. Одним из основообразующих элементов для айдентики бренда является логотип. Этот элемент представляет собой графический символ или знак, который отражает деятельность компании, продукт или услугу. В основном логотип состоит из текстовых и графических символов или является композицией из этих двух составляющих. Логотип имеет сакральное значение для любой компании. Важно чтобы логотип имел подобное значение также и для клиентов компании. Для этого необходимо построить более доверительные отношения, следовательно, максимально закрепить важность концепции и важность самого бренда в сознании людей. Здесь на передний план выходит более современная интерпретация логотипа, способная трансформироваться, которая эффективно донесет идею за счет звуковых и анимационных элементов. Медиа логотип – это специальный вид логотипа, который используется в контексте медиа и коммуникаций [2]. Он может быть, как частью большого видеоролика, так и отдельной анимацией без звукового сопровождения. Медиа логотипы помогают создать более динамичное и запоминающееся восприятие бренда в цифровом пространстве. Несмотря на относительно недавнее активное применение на практике, медиа логотип находит широкое использование до цифровой эпохи. Ведь движение всегда привлекает внимание потребителя больше, чем обычное изображение.

Гостеприимный имидж заведения и его системное формирование происходит путем воздействия на краткосрочную и долгосрочную память потребителя. «Имидж – это образ организации, существующий в сознании людей» [3]. Существенную роль здесь играет медийная часть проекта. Создание гостеприимного имиджа, как системного проекта, позволит идентифицировать предприятия данного бренда, находящиеся в различных регионах. То есть, приезжая в другое место человек будет понимать, если он зайдет в данное заведение, его ждет тот же уровень гостеприимства, как и в его родном городе. Рекламные видео и другие виды медиа, создадут для потребителя образ того самого любимого кафе. Порой эта атмосфера может перекрывать и некоторые отрицательные моменты.

Обобщая мировой и отечественный опыт, мы пришли к идее создать собственный проект, который опирается на методы медиа проектирования. За основу был принят ранее созданный логотип студенческого кафе «Рисоточка» (рис. 1). Из основных принципов было выбрано: простая и вкусная еда, бюджетная ценовая политика, быстрое обслуживание, удобная локация. Основным продуктом, который будет фигурировать в любом блюде – это рис. Он полезен, гипоаллергенен и подходит к любым сочетаниям из мяса овощей и морепродуктов. Концепция заведения предполагает широкое распространение, поэтому на этапе создания эскизов важно было предложить универсальный и отличимый от других компаний логотип. Наряду с этим известно, что при выборе места для питания первым делом знакомятся с его товарным знаком. Это – лицо бренда, отражение его философии, настроения, по нему можно рассказать целую историю. Разработка хорошего логотипа – вклад в будущее, повышение узнаваемости компании, фундамент для будущей маркетинговой стратегии.

В результате творческого поиска было найдено решение, где надпись, логотип могут быть использованы отдельно, сохраняя при этом свою уникальность и узнаваемость. Сама же точка, маленький отличительный знак сверху, выглядит очень лаконично. Сам логотип имеет вид тарелки с большой рисинкой, на которую мы смотрим как бы сверху. Для композиционного

равновесия мы увеличили последнюю букву «А» и разместили логотип по центру надписи логотип. Также шрифт «Rubik» был подобран для схожей идеи, сделать середину «ото» симметричной. Она визуально выглядит системно и ровно, располагается ниже крайних букв.



Рис. 1. Логотип кафе «Рисоточка»

Улучшить восприятие и узнаваемость логотипа можно с помощью метода медиа проектирования. Такой способ позволяет внедрить в него больше информации и привлечь внимание широкой аудитории, причем не только целевой.

Метод медиа проектирования предполагает использование таких элементов композиции как движение и действие, темп и ритм, скорость, звук и т. д. Построенный на основе гармоничного сочетания этих элементов логотип будет выглядеть органично и системно. В первую очередь благодаря движению и озвучиванию лучше запоминаются и удерживают внимание посетителей. Это важное качество в современном мире, живущем в быстром темпе и перенасыщенном информацией. Медиа логотип способствует популяризации и развитию бренда с точки зрения инвестиционной эффективности. Помимо практико-ориентированных функций, следует отметить художественные и эстетические свойства проектов такого типа [4].

Движение как метод медиа проектирования выражается в использовании анимации и создании динамических элементов, что помогает привлечь внимание зрителей и сделать контент более живым. Оно может быть, как физическим, так и визуальным: изменение форм, размеров, цвета и текстуры. Здесь важно разделить понятия движения и действия, ведь эти методы взаимодействуют в проекте на разных уровнях. Действие имеет более фундаментальное значение, именно оно определяет вектор медийного продукта, когда как движение – это лишь перемещение определенных объектов. Среди элементов скорости важными являются темп и ритм. Быстрый темп создает напряжение и динамику, в то время как медленный позволяет глубже погрузиться в эмоции. Например, экшен-фильмы обычно используют быстрый темп, а драмы – более медленный. Ритм – это повторяющаяся структура, создающая гармонию и последовательность. Он может быть сформирован через монтаж, звук и визуальные элементы, помогая организовать материал и усиливая эмоциональное воздействие. Для успешного использования темпа и ритма важно анализировать примеры, экспериментировать с различными подходами и получать обратную связь от аудитории. Правильное сочетание этих элементов может значительно улучшить медиа проект.

Предварительно был разработан сценарий с раскадровкой и хронометраж проекта. Видно, что графическая часть логотипа является центрообразующим объектом проекта. Далее включается как бы конвейер с логотипом, проводя параллели с автоматизированным производством. Затем кадр понемногу отдаляется, переходя быстрым движением на стол к клиенту. Постепенно графическая часть логотипа остается, и прокручиваясь вокруг своей оси показывая нам надпись: «Рисоточка» с логотипом. Все это действие происходит на фоне с фирменным желтовато-горчичным цветом. Таким образом, эта анимация показывает основные принципы нашего кафе – это скорость подачи, количество порций, которое хватит всем. В отличие от аналогичных медиа проектов было принято решение увеличить хронометраж, так как пролог должен иметь достаточную длительность, чтобы заинтересовать большее количество людей, в том числе и нашу целевую аудиторию. Медиа проект может стать мощным инструментом

в стратегии развития бренда. Хотя айдентика компании – это нечто большее, чем отдельно медиа логотип, однако именно логотип играет ведущую роль в формировании образа бренда. Это важнейшая составляющая фирменного стиля. Отличительный знак может создать эмоциональную связь с целевой аудиторией и помочь бренду процветать практически в любых условиях. Динамические медиа логотипы притягивают больше внимания к образу бренда и вызывают у покупателя любопытство. Такой логотип может демонстрировать направление деятельности компании или просто быть запоминающимся.

Звуковая составляющая в медиа проектах играет ключевую роль в создании атмосферы и передаче эмоций. Музыкальное сопровождение формирует настроение, а звуковые эффекты добавляют реалистичности и глубины. Тишина может использоваться для создания напряженности или акцентов, усиливая эмоциональный отклик. Правильный монтаж звука обеспечивает гармоничное сочетание всех элементов, что критически важно для эффективного донесения идеи до аудитории.

Не стоит забывать и про рекламный видеоролик. Он не обязательно должен содержать анимационные вставки, более важно передать концепцию бренда через более простые элементы. Так, мы использовали закадровый голос, который повествует нам о веселом парне, и в процессе видеоролика нам постепенно объясняют причину его хорошего настроения. В конце видеоролика вся основная мысль подытоживается слоганом: «Все просто - Рисоточка».

Медиа логотип в начале видео, на экране загрузки приложения или в верхней части сайта может выгодно выделить компанию среди других. Поскольку технологии продолжают развиваться, а ожидания клиентов продолжают расти, возможности анимации также будут увеличиваться. Может именно VR и AR элементы станут новым прорывом в дизайне логотипа, чтобы передать сущность бренда в совершенно новом цифровом мире.

Анимированный логотип можно использовать в различном ракурсе восприятия, что позволит произвести положительное, яркое впечатление на потребителя и в любом случае ваша работа произведет положительное впечатление. Не стоит забывать, что лого, как и любой элемент брендинга, станет опорой на долгое будущее, если он будет выглядеть аутентично. Для этого необходимо тщательно продумать все тонкости и на высоком уровне реализовать свою идею. Ведь, как известно, людей встречают по одежде, а бренд – по логотипу.

Таким образом, в нашем мире медиасоставляющая любого продукта становится все более необходимой для развития в современном обществе. Проект «Рисоточка» ориентировался на принципы крупных международных компаний, так как необходимо создать не просто гостеприимное заведение, а большую сеть ресторанов, где будет продумано все до мельчайшей детали. В процессе учебного проектирования по созданию медиа логотипа были решены следующие задачи:

- проведено аналитическое исследование;
- сформирована творческая идея и концепция проектного замысла;
- создан графический образ компании с последующим применением к нему технологий анимации;
- сделаны выводы, что применение медиа логотипа в вопросах позиционирования предприятия на рынке одна из ведущих сфер деятельности дизайнеров и маркетологов.

Список литературы

1. Кто создает анимацию логотипа // Медиа основа URL: <https://animation.su/news/kto-sozdaet-animacziyu-logotipa.html?ysclid=lwnfccnwtj624505881> (дата обращения: 26.08.2024).
2. Анимированный логотип: как произвести первое впечатление // Design department URL: <https://depdes.ru/blog/animirovannyi-logotip> (дата обращения: 16.09.2024).
3. Формирование имиджа гостиницы // StudFile URL: <https://studfile.net/preview/5333676/page:25> (дата обращения: 18.09.2024).
4. 9 советов для дизайна блестящего анимированного логотипа // Devsday URL: <https://devsday.ru/blog/details/60244?ysclid=lwm9u4i2dw841132775> (дата обращения: 26.08.2024).

Afanasyev Timofey Vitalievich,
student,
Scientific supervisors: **Mukhutdinov Radik Faridovich,**
Architect, Ph.D., Associate Professor, Department of Design
Shukhratova Luiza Shukhratovna,
Senior Lecturer, Deputy Head of the Department of Design for Project Activities
Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEUP)
Kazan, Russia

FORMATION OF A HOSPITABLE IMAGE OF A FAST FOOD ENTERPRISE BY THE METHOD OF MEDIA DESIGN

References

1. Who creates logo animation // Media basis URL: <https://animation.su/news/kto-sozdaet-animacziyu-logotipa.html?ysclid=lwnfcenwtj624505881> (accessed: 26.08.2024)
2. Animated logo: how to make the first impression // Design department URL: <https://depdes.ru/blog/animirovannyi-logotip/> (accessed: 16.09.2024).
3. Formation of the image of the hotel // StudFile URL: <https://studfile.net/preview/5333676/page:25/> (accessed: 18.09.2024).
4. 9 tips for designing a brilliant animated logo // Devsday URL: <https://devsday.ru/blog/details/60244?ysclid=lwm9u4i2dw841132775> (accessed: 26.08.2024).

УДК 7.071.5

Балина Татьяна Геннадьевна,
к. п. н., заведующий учебной частью филиала
государственного образовательного бюджетного учреждения культуры высшего образования
«Волгоградский государственный институт искусства и культуры» в г. Камышин,
Прокусова Наталья Николаевна,
преподаватель художественного отделения филиала
государственного образовательного бюджетного учреждения культуры высшего образования
«Волгоградский государственный институт искусства и культуры» в г. Камышин

КРАЕВЕДЧЕСКИЙ МУЗЕЙ И ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ГАЛЕРЕЯ КАК ОСОБАЯ СРЕДА ВОСПИТАНИЯ ПОДРАСТАЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ (НА ПРИМЕРЕ Г. КАМЫШИНА)

Аннотация. Авторами определяются направления работы педагога по воспитанию подрастающего поколения на основе экскурсий в музей и галерею. В статье приведены примеры работы педагога по вопросу воспитания студентов СПО на основе экскурсий в музей и галерею города Камышин.

Ключевые слова: воспитание, экскурсия, музей, галерея

В настоящее время музеи являются не только местом хранения истории и памятников искусства, но и местом образования и культурного просвещения. Исследователь Е. Н. Мастеница подчеркивает, что «музей должен служить человеку в стремлении понять мир, в котором мы живем» [5. С. 51]. В след за этим ряд исследователей (В. А. Быкова, С. О. Шудря, Г. И. Ненашева и др.) говорят о необходимости музейным учреждениям создавать новые формы взаимодействия с целевой аудиторией, новые проекты и программы для привлечения большего числа посетителей и проведения разнообразных форм просвещения и воспитания [1. С. 21].

Краеведческий музей и художественная галерея являются очагами культуры г. Камышина. В их стенах проводятся множество мероприятий патриотической направленности: экскурсии, встречи, лекции, конкурсы, мастер – классы, акции различных уровней, которые полезны и познавательны как для старшего поколения, так и для подрастающего. В галерее проходят постоянные и временные выставки.

В рамках Пушкинской карты музей и галерею стали посещать все больше детей и молодежи. Мероприятия по внеклассной работе учебных заведений г. Камышина часто проводятся в Камышинском краеведческом музее и галерее, которая является частью музея. Внеклассная работа является частью учебного процесса и способствует духовному и патриотическому воспитанию подрастающего поколения.

Экскурсии являются частью внеклассной работы и определяется как «процесс наглядного познания окружающего мира; особенностей природы, современных и исторических ситуаций, элементов быта, т.е. достопримечательностей определенного города или региона заранее избранных объектов, которые изучаются на месте их расположения» [2.с.28]. Экскурсия интересный вид занятий для подрастающего поколения. В нашей статье под подрастающим поколением мы будем иметь ввиду студентов филиала ГОБУК ВО «ВГИИК» в г. Камышин (среднего профессионального образования – далее СПО). Возраст от 15 до 20 лет и старше. Именно на них направлены основные ресурсы в стратегии страны и регионов. Так в Федеральном законе № 273 «Об образовании в Российской Федерации» сказано, что «необходимо воспитывать у подрастающего поколения чувство патриотизма, бережное отношение к культурному достоянию страны, заботливое отношение к природе и окружающей среде, уважение к старшему поколению, взаимное уважение». Таким образом, духовное и патриотическое воспитание являются важной частью в образовательном процессе нашей страны.

Духовное и патриотическое воспитание студента СПО происходит благодаря совокупности методов. Мы считаем, что эффективным будет разнообразные виды экскурсий. В филиале они проходят и в учебное, и в не учебное время. Создание воспитательной среды, эмоциональной и культурно-творческой атмосферы на основе экскурсий происходит через:

1) непосредственное влияние преподавателя на эмоциональную сферу студентов;

Преподаватель-художник как специалист и как личность способен вызвать интерес у студента через свое творчество, через личное мнение на творчество других. Многие преподаватели выставляются в галерее, проводят персональные выставки, тем самым становятся ближе и понятнее подрастающему поколению, знакомят со своей техникой, показывают свой уровень профессионализма. В галерее происходит также знакомство с местными художниками и краеведением.

2) погружение;

Большое количество экспонатов и интерактивных технологий в Камышинском краеведческом музее способны окунуть зрителей в древний период нашего региона, ощутить себя в купеческом доме, восхититься природными объектами, испытать гордость за известных людей Камышина (А. П. Маресьев, М. А. Шолохов и другие). Тематические выставки с историей нашего города, знакомят с внутренним миром художников.

3) создание специальной ситуации;

Студенты с удовольствием прогуливаются по улочкам старой части города. Преподаватель рассказывает о владельцах этих домов, об истории зданий, о материалах и технологии строительства. Экскурсия по аллее Героев СССР и России, парку самолетов играет важное значение в патриотическом воспитании.

4) использование общественного мнения;

Многие студенты приезжают из других регионов. На экскурсиях они с особым интересом знакомятся с новым для себя городом. И вовлеченность в историю и культуру города камышинских студентов вызывает у них отклик и стимулирует у них интерес. На уроках истории «Моя малая Родина» они с удовольствием рассказывают о своем родном городе.

5) участие в выставках и конкурсах профессионального мастерства, пленэрах.

Это позволяет им на практике закрепить теоретические знания, почувствовать уверенность в выбранной профессии, очутиться в ситуации успеха, реально оценить свои профессиональные возможности. А совместный выезд на природу приводит к более дружеским отношениям в молодежном коллективе.

Таким образом, краеведческий музей и художественная галерея являются важными объектами культурно-исторического просвещения и духовно-нравственного воспитания. В данных учреждениях все чаще проводятся воспитательные мероприятия для подрастающего поколения. Через непосредственное влияние преподавателей, используя метод погружения в историю, в искусство, через создание ситуации творчества, привлечения общественного мнения, через участие в выставках и конкурсах профессионального мастерства, пленэрах создается эмоциональная и культурно-творческая среда для воспитания подрастающего поколения.

Список литературы

1. Быкова В. А., Шудря С. О., Ненашева Г. И. Музей как объект событийного туризма // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2020. № 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzey-kak-obekt-sobytiynogo-turizma> (дата обращения: 20.11.2024).
2. Долженко Г. П. Экскурсионное дело: Учебное пособие. Издание второе, исправленное и дополненное – Москва: ИКЦ «МарТ», 2006. – 304 с.
3. Основы государственной молодежной политики в Российской Федерации до 2025 года, утвержденные постановлением Правительства РФ от 29 ноября 2014 г. № 2403-р.
4. Киселева Р. Ф., Киселев А. Г., Коновалова Е. Е. Музейное гостеприимство и развитие туристского кластера (на примере г. Старица тверской области) // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2023. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzeynoe-gostepriimstvo-i-razvitie-turistskogo-klastera-na-primere-g-staritsa-tverskoy-oblasti> (дата обращения: 20.11.2024).
5. Мастеница Е. Н. Музей в начале третьего тысячелетия: ведущие тенденции развития // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2020. № 3(56). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzey-v-nachale-tretiego-tysyacheletiya-veduschie-tendentsii-razvitiya> (дата обращения: 20.11.2024).

Balina Tatiana Gennadievna,

PhD, Head of the educational department of the branch
of the State Educational Budgetary Institution of Culture of Higher Education "Volgograd State Institute of Art and Culture" in Kamyshin,

Prokusova Natalia Nikolaevna,

is a teacher of the art department of the branch
of the State Educational budgetary Institution of Culture of Higher Education "Volgograd State Institute of Art and Culture" in Kamyshin

THE MUSEUM OF LOCAL LORE AND THE ART GALLERY AS A SPECIAL ENVIRONMENT FOR EDUCATING THE YOUNGER GENERATION IN THE MODERN WORLD (USING THE EXAMPLE OF G. KAMYSHIN)

Abstract. The authors define the directions of the teacher's work on educating the younger generation on the basis of excursions to the museum and gallery. The article provides examples of the teacher's work on the issue of educating students of vocational education on the basis of excursions to the museum and gallery of the city of Kamyshin.

Keywords: education, excursion, museum, gallery

References

1. Bykova V. A., Shudrya S. O., Nenasheva G. I. Museum as an object of event tourism // Science and tourism: strategies of interaction. 2020. No. 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzey-kak-obekt-sobytiynogo-turizma> (date of reference: 11/20/2024).

2. Dolzhenko G.P. Tour business: A textbook. Second edition, revised and expanded – Moscow: ICC "March", 2006. – 304 p.
3. Fundamentals of state youth policy in the Russian Federation until 2025, approved by Decree of the Government of the Russian Federation dated November 29, 2014 No. 2403-R.
4. Kiseleva R. F., Kiselev A. G., Konovalova E. E. Museum hospitality and tourism cluster development (on the example of Staritsa, Tver region) // Bulletin of the Association of Universities of Tourism and the service. 2023. No. 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzeynoe-gostepriimstvo-i-razvitie-turistskogo-klastera-na-primere-g-staritsa-tverskoy-oblasti> (date of access: 11/20/2024).
5. Mastenitsa E. N. Museum at the beginning of the third millennium: leading development trends // Society. Wednesday. Development (Terra Humana). 2020. No. 3 (56). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzey-v-nachale-tretiego-tysyacheletiya-veduschie-tendentsii-razvitiya> (date of access: 11/20/2024)

УДК 7.007 УДК 379.85

Баринов Алексей Юрьевич,
студент,

Казанский Инновационный Университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

Титова Елена Александровна,
доцент кафедры дизайна,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
член Союза художников России, заслуженный деятель искусств Республики Татарстан,
Казань, Россия

ПРОИЗВЕДЕНИЯ ХУДОЖНИКА КАК ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПО ГОРОДУ КАЗАНИ (НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА Е. А. ТИТОВОЙ)

Аннотация. В статье рассмотрено творчество Е. А. Титовой и его возможности влиять на туристический процесс в качестве созданного путеводителя по значимым произведениям художника в жанре городского пейзажа.

Ключевые слова: живопись, городская среда, художественный промысел, туризм

Люди, объединяемые чувством ностальгии, проходя после работы или учебы по родному городу, видят его изменения. Каждый ощущал скоротечность этих моментов. Оставаясь в памяти, они дают нам ощущение уюта и тепла. И когда задается вопрос: «Чем известен город?», ответ очевиден – домами, улицами, проспектами. «Живите в доме – и не рухнет дом. Я вызову любое из столетий, войду в него и дом построю в нем», – слова Арсения Тарковского. Не каждый художник способен передать воспоминания и чувства ушедших моментов города, а не просто скопировать реальность. «Двери в мир чувств» нашего города открывают картины Е. А. Титовой, которые погружают нас в то время и место, где появились эти произведения, они открывают для нас дома, заставляют ощутить дуновение ветра уникальной части города, которую автор изобразила в собственной характерной манере. «Путешествуя по работам», можно окунуться в события города, которые лично прожила художница, разделить волнительное чувство прекрасного, которое можно прожить вместе с ней. Казань стала домом художницы, со всеми его особенностями. Благодаря художественным произведениям можно погрузиться как в прошлое, так и в настоящее, таким образом, открывается новая для каждого Казань. Казань, что видела Елена, жила ею с 1998 года по настоящее время. Она художник с разнообразным творческим проявлением. Каждая работа открывает зрителям новую визуальную версию ее искусства.

Начало творческого пути художницы в Ижевске, в этом городе в 1996 году прошла первая персональная выставка. С 1998 по 2002 год она проходила стажировку в Творческой мастерской живописи Российской академии художеств под руководством академика Хариса Абдрахмановича Якупова, который стал для нее наставником. Начало карьеры характеризовалось реалистической живописью в классическом понимании, дополненной элементами импрессионизма, яркими цветами и необычными композициями (рис. 1, рис. 2). В 2001 году ее творческие достижения были признаны, она стала членом Союза художников Республики Татарстан и Союза художников России. Первая выставка в Казани состоялась в 2002 году, она регулярно представляла свои работы, каждая из которых выделялась оригинальностью и новаторским подходом. Такой стиль работы совпадал с бурным развитием художественной жизни в Казани конца 1990-х годов, насыщенной экспериментами и открытием выставок различных стилей и направлений [1]. Работы отличаются изяществом и высоким уровнем техники. В них традиционная реалистическая живопись (рис. 1, рис. 2) органично сочетается с декоративными элементами (рис. 4). Каждое произведение тщательно продумано до мелочей. Включение кружев, тесьмы, ситца и мешковины в коллажи, созданные мастером, настолько гармонично, что заставляет задуматься об иллюзорности увиденного. Мастерство художницы наполняет атмосферу волшебством [2].

Со временем в работах начали появляться элементы импрессионизма и экспрессионизма, что свидетельствует о стремлении автора к экспериментам (рис. 3). Яркие цвета, динамичные мазки и субъективное восприятие реальности стали отличительными чертами творчества. Автор мастерски передает не только пейзажи Казани, но и свои внутренние переживания, что наполняет каждую картину глубоким личным смыслом. Таким образом, данное творчество можно рассматривать как эволюцию, в которой традиционные основы и инновационные идеи гармонично сосуществуют, создавая удивительные и вдохновляющие произведения искусства [3].



Рис. 1. Титова Е. А. С Новым годом, Казань! 1999 г. Оргалит, масло. 85х85

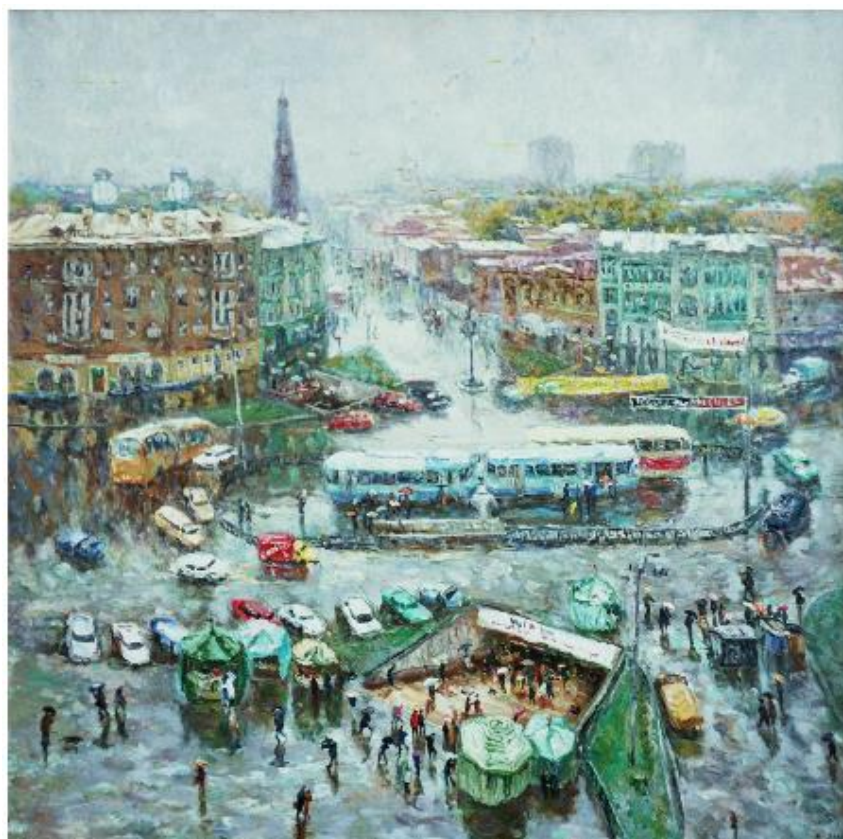


Рис. 2. Титова Е. А. Суета-сует, а в Казани дожди...2000 г. Оргалит, масло. 85х85

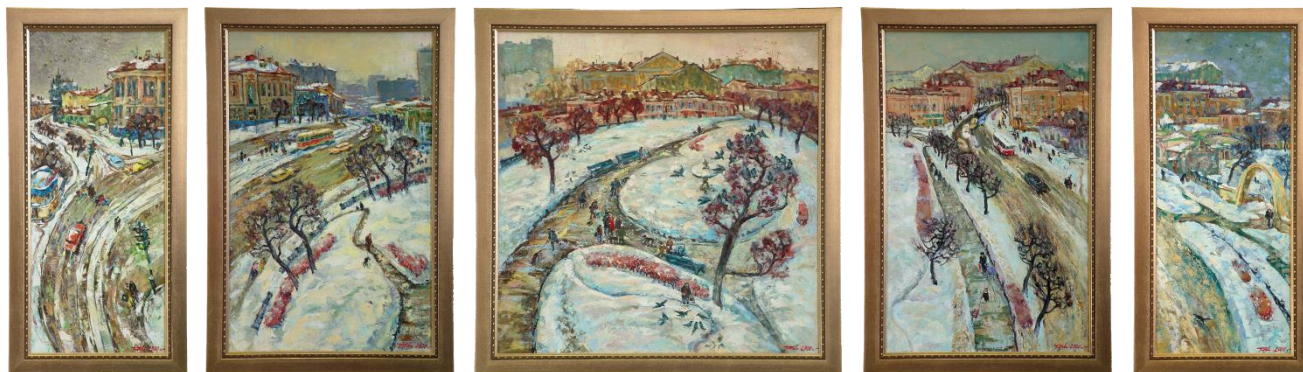


Рис. 3. Титова Е. А. Гуляя по Казани. Полиптих (5 частей). 2000 г. Холст, масло. 220х70

Дом в творчестве художницы всегда является смысловым и пространственно-энергетическим центром, вокруг которого группируются другие образы. Дом – это то место, где начинается и заканчивается жизнь... [4]. В произведениях этой художницы дом постоянно выступает в качестве смыслового центра, вокруг которого появляются различные образы. Образ дома, который постоянно меняется, но всегда дарит ощущение тепла, безопасности и комфорта. У каждого из нас есть или должен быть свой дом. В противоположность открытым пространствам дорог и стихий, дом символизирует упорядоченность и стабильность. Концепция дома глубоко связана с понятием «родина». Символика дома, наполненная множеством значений, раскрывается в циклах работ, отражающих различные аспекты этой темы, как в кинематографе. В художественных проектах она акцентирует внимание на городских улицах, где «дома оживают». «Около родного дома шелестят березовые ветви золотом листьев, пытит самовар, стоят разноцветные ульи, колесо телеги, топится печь, запах дыма разливается над деревней. На смену золотой осени катится зима, кружась кружевными белыми салфетками.

Цветет бабушкин платок многоцветьем, напоминает о солнечных днях среди цветов и трав, о детстве далеком, но близком» [5. С. 71].

С течением времени стилистическая направленность в произведениях художницы меняется, переходит от реалистичных изображений к декоративным, экспрессионистичным. Этот процесс сопровождается введением элементов коллажа, что придает работам уникальный визуальный язык и позволяет исследовать новые формы самовыражения.

Популярными становятся композиции, состоящие из нескольких элементов – диптихов и триптихов, а также серии работ, известные как полиптихи (рис. 3, рис. 4). Эти формы создают новые возможности для взаимодействия между произведениями, позволяя зрителю глубже погрузиться в тему и смысловые оттенки каждой работы. Творческий подход художницы к искусству и глубокая связь с народными традициями делают ее работы уникальными. С начала 2000-х она активно участвует в выставках, что позволяет не только заявить о себе в художественном мире, но и поделиться своим опытом с молодыми талантами. Переход к декоративности в ее творчестве, начатый в 2009 году, демонстрирует стремление к исследованию новых форм и фактур. Использование тканей и общеизвестных элементов, таких как зеркала, придает работам особую глубину и многослойность [6].

Декоративные элементы помогают активно исследовать городскую тематику, отражая уникальный характер и атмосферу улиц. В частности, работа, изображающая улицу Дружную, пронизана духом Казани и передает колорит и особенности городской жизни (рис. 4) Такие произведения не только радуют глаз, но и становятся своеобразным мостом между личным восприятием художника и культурной идентичностью города.



Рис. 4. Титова Е. А. Улица Дружная. Диптих. 2009 г. Холст, акрил, масло. 100х200

Творческий тур, вдохновленный живописными произведениями, поможет нам осознать, что наш город – это не только туристические достопримечательности, но и нечто большее. Создавая путеводитель на основе произведений автора, может открыть новую грань Казани для туристов и местных жителей. Это особенно актуально в современном мире, где 90 % людей занимаются сидячей работой, а окружающая обстановка отдаляет нас от творчества, походов на выставки, посещение культурных мероприятий. Согласно исследованию СДЭК за 2022 год, 64 % россиян проводят по восемь часов в день в сидячем положении, и лишь 26 % из них находят время для прогулок [7]. Согласно опросу ВЦИОМ за 2022 год, 45 % граждан страны проводят время на работе в сидячем положении, причем это чаще касается женщин [8]. Ситуация может быть исправлена, в том числе благодаря новым предложениям культурного досуга, созданием городских маршрутов для жителей и туристов города на основе творчества автора.

Представленная творческая личность – это яркая фигура в мире искусства, которая вносит свой уникальный стиль и видение. Художественные произведения автора, пронизанные эмоциональной глубиной и эстетической изысканностью, создают не только визуальное, но и эмоциональное восприятие, которое находит отклик в сердцах зрителей. Каждая работа автора становится диалогом между художником и публикой, в котором заключены не только технические навыки, но и личные переживания, культурные коды и универсальные темы. Композиции вдохновляют зрителей погружаться в мир, исследовать не только изображаемое, но и свои собственные чувства и мысли. Картины, полные деталей и нюансов, действительно могут вызвать ностальгические чувства, возвращая зрителей в атмосферу татарско-русских сказок. Это не просто визуальные образы, а целые истории, в которых скрыт дух народной культуры. Автор умело соединяет традиции и современность, создавая искусство, способное тронуть самые глубокие чувства и воспоминания. Пленительное использование цвета и света в работах создает особую атмосферу, которая ощутима даже на расстоянии. Искусство художницы – это не просто картины, это живые истории, которые продолжают существовать в воображении и чувственном восприятии каждого, кто с ними соприкасается. Таким образом, исследуемое творчество – это нечто большее, чем набор художественных произведений; это истинный культурный феномен, способный затронуть сердца и вдохновить будущее поколение художников и ценителей искусства.

В ходе рассмотрения проблематики туристическо-городской среды, мы можем понять, что современные путеводители пестрят одними и теми же местами. Туристическая карта города, не дает нам сосредоточиться на мелких и малоузнаваемых аспектах города Казани. В этом случае, картины являются наиболее подробной туристической картой, а места, где они написаны, помогают открыть новые грани города, в том числе и окраины, которые не менее загадочны и прекрасны, как и туристические достопримечательности Казани, не только центром она едина. Таким образом, можно помочь новоприбывшим гостям столицы, а также молодому поколению привить совмещенный подход к творчеству, не ограничиваясь одними галереями и выставками, а приглашением их принять участие в туре по Казани, путем просмотра работ Е. А. Титовой, посещения мест живописных маршрутов художницы. Каждое из них дает нам возможность самостоятельно изучить наш город и его окрестности, увидеть те постройки и здания, которые уже могут «доживать последние мгновения», а также оценить степень изменения Казани за десятилетия в творческих работах автора.

Примечание: фотографии художественных произведений из архива Е. А. Титовой.

Barinov Alexey Yuryevich,

student,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEML),

Kazan, Russia

Titova Elena Alexandrovna,

Associate Professor of the Department of Design

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEML),

member of the Union of Artists of Russia, Honored Artist of the Republic of Tatarstan,

Kazan, Russia

THE ARTIST'S WORKS AS A GUIDE TO THE CITY OF KAZAN (USING THE EXAMPLE OF THE WORK OF E. A. TITOVA)

Annotation. The article examines the work of E. A. Titova and its possibilities to influence the tourist process as a guide to significant works of the artist in the genre of urban landscape.

Keywords: painting, urban environment, art craft, tourism

Батршин Сайяр Надирович,
преподаватель,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

Фахрутдинова Инесса Алековна,
доцент, к. арх.
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

РОЛЬ КОНКУРСА ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА «ОТКРЫТЫЙ ПЛЕНЭР» В ПОЗНАНИИ УЧАЩИМИСЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ СРЕДЫ ГОРОДА

Аннотация. Статья посвящена опыту проведения регионального конкурса изобразительного искусства «Открытый пленэр» для учащихся художественных школ, колледжей и вузов по художественным специальностям, проводимый в Казани с 2022 года образовательной коллаборацией МБУДО «Детская художественная школа № 3» и ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова». В рамках конкурса участники конкурса выполняют конкурсные работы в исторических местах города Казани, что позволяет им узнать о новую информацию о городе и его истории, а также проникнуться его красотой «через руку». Для жителей и гостей Казани, которые становятся зрителями пленэрной живописи художников, также создаются дополнительные впечатления о творческой среде города, его открытости, гостеприимстве.

Ключевые слова: пленэр, историческое наследие, эстетическое воспитание, патриотическое воспитание, сохранение и развитие традиционной художественной культуры, традиции рисования, творческая самореализация, конкурс изобразительного искусства

*«То, что я пытаюсь передать в своих картинах, – это свет,
роса, легкий ветерок, цветение, свежесть».*

Джон Констебл

«В старых городах каждый кусок камня дышит жизнью»

Тагуи Семирджян

В начале лета в учебных заведениях художественной направленности проводят летнюю практику, где участники рисуют под открытым небом виды природного и городского пейзажа, что в практике художников называется «пленэр». Под художественный взгляд рисующего попадает множество объектов живописи: деревья, земля, трава, вода, небо, улицы, здания и люди. Проведение пленэров – это академическая традиция, которая используется, как в учебном процессе, так и в профессиональной практике – на солнце при естественном свете краски приобретают особенное звучание, что безусловно отражается в художественных качествах живописных работ.

Конкурс изобразительного искусства «Открытый пленэр» был создан именно с целью сохранить традиционную художественную культуру и привлечь дополнительный интерес.

Конкурс «Открытый пленэр» для студентов художественных направлений и учащихся художественных школ, и студий, а также для педагогов художественных направлений разработан и проводится ежегодно с 2022 года совместно с преподавателями Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова и Детской художественной школы № 3 Ново-Савиновского района г. Казань. А с 2024 года партнером конкурса стал «Союз художников Татарстана» регионального отделения всероссийской творческой общественной организации «Союз художников России».

Еще одной из целей проведения Конкурса «Открытый пленэр» является популяризация мероприятия в рамках «Казанского инновационного университета имени В. Г. Тимирязова»

для дальнейшего привлечения абитуриентов по профориентационной работе. Студенты колледжей и школьники, посещая учебное заведение, знакомятся с преподавателями, интересуются кафедрой дизайна, общаются со сверстниками – делятся опытом, общаются, проводят время с единомышленниками. Преподаватели кафедры дизайна КИУ кроме задач обучения и практики пленэрной живописи, имеют возможность общаться с коллегами из других организаций. Участвуя в конкурсе в качестве конкурсантов художники-педагоги, показывают пример своим ученикам и коллегам, и делятся опытом, как можно организовать процесс пленэрной живописи.

Попутной целью Конкурса «Открытый пленэр» стало патриотическое воспитание молодежи. В ходе конкурса участников проводят по туристическим маршрутам, показывают достопримечательности города, знакомят кратко с памятниками архитектуры, историческими местами города. Участники познают свой город, любят его, а, значит, и возвращают любовь к своей малой Родине.

И, наконец, дополнительная цель Конкурса «Открытый пленэр» – способствование развитию туризма. Результаты Конкурса – художественные работы, далее могут использоваться на выставках и в других конкурсах, так или иначе, показывая красоту родного края, привлекают к нему внимание. Кроме того, существует мнение, что на пленэре художник не один рисует картину. Выбрать подходящее место для рисования на улице в городе в летний период, при этом уединиться не всегда получается. Так или иначе, пленэрщики привлекают внимание проходящих мимо зрителей. Вот здесь и начинается совместный труд над картиной. Художник часто слышит за спиной восторженные слова: «Как красиво!», «А что Вы рисуете?», «А можно посмотреть». Также бывает, что кто-то, проходя, предложит, где исправить рисунок. Пожалуй, это самый ценный совет от зрителей для художника. Даже известные художники советуют всегда прислушиваться внимательно к советам зрителя. Ну и для горожан и туристов встреча с художником приносит не только радость общения, но и является показателем уровня культуры города, добавляя, тем самым, ценности городской среде, что тоже немаловажно.

Пленэрной площадкой участникам предлагается центральная часть города, а также локации университета (ул. Московская) и художественной школы номер 3 (ул. Адоратского). Объектами изображения становятся самые разнообразные уголки Казани: исторические улицы, архитектурные памятники города, парки и скверы, водные источники, религиозные храмы. Например, селение Савиново, уголок старины в Ново-Савиновском районе Казани, где расположилась уютная церковка «Живоносный источник» с часовней, построена еще в давние времена; набережная реки Казанки близ Савиново, где ранее были заповедные места, в народе называемые «Островки»; исторический район Старо-Татарская Слобода, облик которого создается в основном зданиями середины XIX – начала XX веков; богатые особняки татарской буржуазии, интеллигенции и духовенства, общественные здания, мечети, торговые лавки, производственные здания. Среди художников особенную популярность имеет озеро Кабан – водоем около Старо-Татарской Слободы. Кабан считался главным источником питьевой воды; в нем купались, рыбачили, стирали, брали воду для хозяйственных нужд. Сегодня озеро Кабан – это популярное место для отдыха, прогулок, катания на лодках. Не менее популярен музей-заповедник «Казанский Кремль» – исторический заповедник, самая древняя часть города. Здесь можно найти красивые виды мечети Кул Шариф, Благовещенского собора, башни Сююмбике, Спасской башни. Рядом близко располагаются Казанский собор, Пятницкая церковь, дворец земледельцев. С холма кремля можно наблюдать вид на реку Казанку. Также группа участников посещают Казанский зооботанический сад, где рисуют растения и редких животных [1].

Перед началом пленэров участникам предлагается изучить теоретический материал по пленэрной живописи и картины известных художников. По ним можно увидеть, что художники, изучая природу, развивали в себе такие ценные качества, как наблюдательность, чувство общего тона и колорита, цельности восприятия произведения. Среди русских художников, с середины XIX века, пленэрной живописью успешно занимались Александр Иванов, Василий Поленов, Исаак Левитан, Валентин Серов, Константин Коровин, Игорь Грабарь. Пленэрная

живопись становится широко известным с появления в конце XIX столетия крупнейшего художественного течения – импрессионизма. Постоянно изучая природу при любой погоде, импрессионисты успешно развивали в себе такие ценные качества, как наблюдательность, чувство общего тона и колорита [2]. Среди наиболее известных импрессионистов были художники Клод Моне, Альфред Сислей, Камилль Писсаро, Эдгар Дега [3].

Очная часть Конкурса проводится для детей, студентов и педагогов-художников Республики Татарстан. Возраст участников от 10 до 21 года, и взрослые. Конкурс проводится по двум номинациям и шести темам. Все участники в начале конкурса собираются в учебном заведении, проходят регистрацию, затем группируются по темам: «Город», «Деревня», «У воды», «Солнечный натюрморт», «Животное», «Архитектура». Группы возглавляют преподаватели и приглашают участников к себе. Затем отправляются по своим заранее подобранным местам города для выполнения конкурсного задания. Работы выполняются с натуры в день проведения конкурса в течение 4–6 астрономических часов – готовые работы участники приносят к определенному времени на кафедру дизайна КИУ или директорат ДХШ № 3.

Принадлежности для рисования каждый берет свои. Чтобы при рисовании ни на что не отвлекаться, важно перед выходом на пленэр проверить свою сумку, все ли необходимое взял с собой. Краски, палитра, кисти, листы для рисования, карандаши, ластик, зажимы для листа, банку и бутылочку для воды, тряпочку, планшет и т. д. Можно рисовать в графике или в живописи. Акварель самый излюбленный материал для пленэрной живописи. Каждый участник знает, что для работы на открытом воздухе обязательно иметь при себе головной убор, закрытую одежду светлого тона, воду для питья и стульчик складной для работы сидя.

После сбора и раскладки работ по номинациям их оценивает жюри по следующим критериям:

- соответствие возрасту и мастерство исполнения;
- раскрытие темы и цветовое решение, колорит;
- схожесть с натурой или авторская интерпретация;
- оригинальность композиции и исполнения;
- выразительность, эмоциональность;
- самостоятельность (невмешательство педагога).

Лучшие работы получают дипломы 1, 2, 3 место и поощрительные места по номинациям.

Ежегодно в конкурсе принимают участие более 200 человек. В конкурс 2024 года приняли участие 233 работы из семи образовательных организаций города Казани: ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) Федеральный университет, ЧОУ ВО Казанский инновационный Университет им В.Г. Тимирязова, ГАПОУ Казанский колледж технологии и дизайна, ГАПОУ Казанский техникум народных художественных промыслов, МБУДО «Детская художественная школа № 3» Ново-Савиновского района, МБУДО «Детская школа искусств» Приволжского района, МБУДО «Детская художественная школа № 1 им Х. Якупова».

В состав экспертного жюри Конкурса вошли сотрудники ЧОУ ВО Казанский инновационный Университет им В. Г. Тимирязова: Фахрутдинова И. А – заведующая кафедрой «Дизайна», член Союза архитекторов России, доцент; Титова Е. А – доцент кафедры дизайна, член Правления «Союза художников Татарстана» Регионального отделения ВТОО «Союз художников России», заслуженный деятель искусств Республики Татарстан, Илюшкина П. В. – доцент кафедры «Дизайна», член Союза Художников России и Творческого Союза художников России, чл.-кор. Академии художеств России, Крылов А. В. – председатель «Союза художников Татарстана» Регионального отделения ВТОО «Союз художников России», Ефимов Д. Д., архитектор, руководитель лаборатории Архитектуры и дизайна при кафедре дизайна КИУ, преподаватель кафедры дизайна и руководство и преподаватели МБУДО «Детская художественная школа № 3» Ново-Савиновского района г. Казани: Самирханова Р. А., преподаватель высшей категории; Ахметшина А. А., заместитель директора, преподаватель; Батршин С. Н., заместитель директора, преподаватель; Михеева М. И., преподаватель высшей категории; Абдуллаева Э. И., преподаватель высшей категории.

Организация конкурса – работа хлопотная, но приносит свои результаты, прежде всего, это наработка навыков участников конкурса и рост уверенности учащихся в свои силы. Очень радостно наблюдать с каким вдохновением ребята возвращаются с пленэра и с какой радостью получают дипломы Конкурса. Это и возможность анализа определенного «среза» уровня образовательных организаций, а значит, импульс для развития каждого образовательного учреждения и его педагогов. Это и формирование сообщества коллег и единомышленников. Ну и главное, это сохранение образовательных традиций, формирование художественной культуры и познание исторического богатства Казани.

Список литературы

1. Айдаров С. С., Халиков А. Х., Хасанов М. Х., Алеев И. Н. Казань в памятниках истории и культуры. «Татарское книжное издательство», 1982. 280 с.
2. Маслов Н. Я., Пленэр: Практика по изобразительному искусству. Издательство «Промсвещение», 1984. 112 с.
3. Мальцева В. А., Пленэр. Особенности проведения в условиях южнорусской историко-культурной зоны: учебное пособие. ЕГУ им. И. А. Бунина, 2014. 113 с.

Batrshin Sayyar Nadirovich,

Senior lecturer,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

Fakhrutdinova Inessa Alekovna,

Associate Professor, Candidate of Architecture,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

THE ROLE OF THE "OPEN PLEIN AIR" VISUAL ART COMPETITION IN STUDENTS' UNDERSTANDING OF THE HISTORICAL ENVIRONMENT OF THE CITY

Abstract. The article is devoted to the experience of the regional competition of fine arts "Open Plein Air" for students of art schools, colleges and universities in art specialties, held in Kazan since 2022 by the educational collaboration of MBUDO "Children's Art School No. 3" and the Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov. Within the framework of the competition, the participants of the competition perform competitive works in the historical sites of the city of Kazan, which allows them to learn about new information about the city and its history, as well as to feel its beauty "through the hand". For residents and guests of Kazan, who become viewers of the artists' plein-air paintings, additional impressions are also created about the creative environment of the city, its openness, and hospitality.

Keywords: plein air, historical heritage, aesthetic education, patriotic education, preservation and development of traditional artistic culture, painting traditions, creative self-realization, art competition

References

1. S. S. Aidarov, A. H. Khalikov, M. H. Khasanov, I. N. Aleev, Kazan in the monuments of history and culture. Tatar Book Publishing House, 1982. 280 s.
2. Maslov N. Ya., Plein Air: Practice in fine art. Prosveshchenie Publishing House, 1984. 112 s.
3. Maltseva V. A., Plein air. Features of conducting in the conditions of the South Russian historical and cultural zone: a textbook. I. A. Bunin YSU, 2014. 113s.

Гросси Франко Клаудио,
почетный профессор,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

АРХИТЕКТУРА И ИНЖЕНЕРНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ

Аннотация. В последние годы в Казани наблюдается значительный рост въездного туризма, что привело к открытию множества новых объектов размещения. Гостиничный сектор включает в себя широкий спектр архитектурных типов, каждый из которых предназначен для конкретных целей. В этом документе я поделюсь своим личным опытом в качестве разработчика систем, направленных на повышение комфорта и благополучия гостей, влияющих на их ощущения и восприятие. Акустика помещений и их системы освещения играют решающую роль в том, насколько приятными будут впечатления.

1. The hospitality sector

The hospitality sector is one of the sectors that has seen the greatest growth in recent years, driven by a now global tourism. In Italy alone, last year, over 451 million visitors were found in accommodation establishments, of which 52.4% were foreign visitors [1]. Today's tourist wants to live a special experience, which can also enrich him from a cultural, social and emotional point of view. It is for this reason that the architectural and plant design of the structures intended for hospitality must provide a great impact of design, aesthetics and functionality, in order to determine a positive experience on the part of the user and, focusing on the value of the memory, encourage him to return to that structure where he had spent happy moments. In all this, it is important to highlight the scenographic value of the interiors and exteriors, in order to offer an important sensorial and perceptive impact, also capable of activating the premises for the recall of an experiential memory resulting from having found a highly comfortable, familiar and pleasant environment. It is worth highlighting the fact that the hospitality sector has changed considerably in recent years, also because customers have proven to be increasingly demanding, with the desire to live new experiences not only from a sensorial point of view, but also from a cultural, social and emotional point of view. Today's tourist wants to distance themselves as much as possible from everyday life, almost entering a magical world, capable of making their trip memorable and special. Therefore, in a hospitality facility, in addition to the aesthetic factor, aspects that guarantee well-being and comfort must also be taken care of for a favorable evaluation by the user, who can then implement a positive "word of mouth" on social media, attracting new customers. Here then, particular attention must be paid to the technological aspects that are functional to guaranteeing a pleasant stay, such as, for example, good acoustics in the rooms, the implementation of musical backgrounds, video projections and lighting aspects, in order to also create fruitful acoustic-visual synesthesia. All these systems have a common name LES, Local Entertainment Systems, which must be perfectly integrated into the architecture of the exterior and interior. And this is the theme that I would like to explore in depth. It all comes from my personal experience in designing LES in Arenas [2], Auditoriums [3], Theatres [4] [5], Casinos [6], Schools [7], Sports Clubs [8], Virtual Museums [9] and for many other types of accommodation. Furthermore, I summarized all these experiences when I was called by "Fincantieri", the largest company in the world in the production of cruise ships, to deal with the LES systems in this particular sector. In short, I was given the sole and total responsibility for these systems for all the public rooms from the design, to the management of the works, up to the delivery to the shipowner and the guarantee of the ships of the Costa Crociere fleet [10]. It should be highlighted here that the modern ocean going passenger cruise vessels, for world-wide cruising, include in themselves all the types of tourist-receptive facilities that can be found on dry land and, in particular: Theatre, Ball Room, Disco, Grand Bar, Restaurant, Night Club, Casino, Swimming Pool, etc. [11]

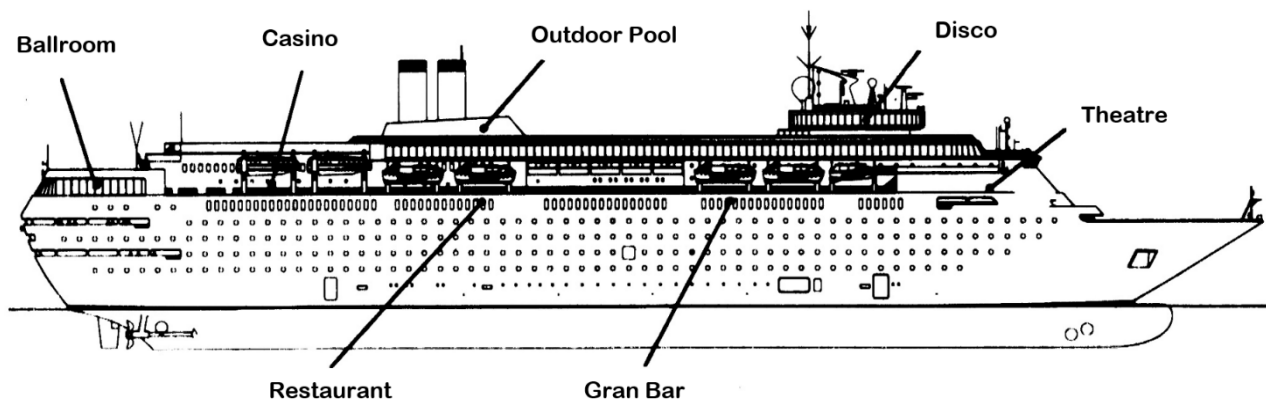


**Fig. 1. Location of LES Systems inside a “Costa Crociere” Cruise Ship
(Gross Tonnage 52,926 Tons, Passengers 1,766) LES Supervisor: Franco C. Grossi**

Modern passenger ships have taken on a new appearance for many years, they are no longer the fast transatlantic liners that compete with airplanes for customers and their purpose is no longer the crossing, but the carrying out of a holiday that offers passengers the comfort and luxury of large multifunctional hotels. The cruise ship appears in fact as a self-sufficient microcosm, a metaphor for the floating city, and, having largely lost its naval connotations, it seems to require from the designers an intervention extended to its overall control, ranging from the definition of the ship's skyline, to the planimetric distribution of the spaces, to the furnishings, up to the insertion of the most modern technologies for entertainment.

2. Local Entertainment Systems

Local entertainment systems (LES) include all the audio, video and lighting entertainment elements present in a room intended for tourist accommodation. The basic elements for the success of these systems are the continuous search for innovation and creative solutions using the most advanced audio, video and lighting technologies, in order to create systems that are able to leave a memorable experience to visitors, guests and tourists. In the last fifteen years, immersive experiences have also been born, which represent a new frontier in the field of digital technology for entertainment. It is a set of solutions that, through innovative tools such as virtual reality (VR) and augmented reality (AR), allow users to immerse themselves in an interactive and multisensory environment. Ultimately, visitors enter a state of sensory flow in which they lose track of time, space and themselves, since their attention is entirely focused on the activity in progress [12].

3. The importance of acoustic treatment of environments

Guests of a hospitality facility, who have escaped from the noise of frenetic daily life, want to spend their vacation in tranquility and silence. It therefore becomes basic and fundamental to carefully study the acoustic insulation of all public rooms and rooms, as well as swimming pools and SPAs. Many times we find ourselves at the bar or restaurant, which have not had adequate acoustic treatment and we are thus forced to raise our voices too much to communicate with our fellow diners. Therefore, one of the most serious consequences of noise is that which prevents us from understanding what other people are saying when they speak directly to us. The understanding of spoken words is defined here as intelligibility. The intelligibility of speech is reduced by background noise and the effect of reverberation.

3.1 Background noise

Background noise or environmental noise is a form of noise pollution and includes environmental noises such as running water, traffic noise, alarms, footfall, people talking, noise from machinery such as refrigerators, air conditioning, power supplies and motors, etc. It is therefore important to act, first and foremost, on the prevention or reduction of background noise, in order to exercise active noise control.

3.2 Reduction of reverberation [13]

We know that sound is made up of mechanical waves, so in an environment the sound can bounce. Sound waves can be reflected by the floor, walls, ceiling and any other reflective surface. Reverberation means the set of reflected sound waves. In acoustic engineering the reverberation time (RT60) for a given frequency is expressed by the number of seconds taken by the sound introduced into an environment to decrease by 60 dB, after the source has stopped emitting that sound. In other words the reverberation time is the amount of time it takes for the sound to fade after the sound source has stopped. Clearly a high RT60 determines a lower comprehensibility of sounds and speech (lower intelligibility).

To calculate the reverberation time in a closed environment the following formula is used.

$$RT60 = 0.161 V/A \text{ seconds}$$

Where V is the volume of the closed environment expressed in cubic meters and A is the total acoustic absorption of the environment expressed in metric Sabines.

The recommended reverberation time for the environments of hospitality facilities should be less than a second (except for Theaters and Concert Halls).

In order to reduce the reverberation time, it is necessary to act on the sound absorption of all the components of the environment in question by following the following principles. The fraction of acoustic energy absorbed when sound waves hit a surface is called the "acoustic absorption coefficient". The absorption coefficient of a material depends on its composition and the amount of its surface exposed to sound waves. The measurement of the acoustic coefficient of a material ranges from 0 to 1, where a coefficient of 0.00 indicates total reflection (absorption 0%), while a coefficient of 1.00 indicates perfect absorption (100%). The total sound absorption "A" in a room is equal to the sum of the absorption due to the various materials that make up the floor, ceiling and walls (A_{surface}), plus the absorption due to the air (A_{air}) and that of its furnishings ($A_{\text{furniture}}$). Therefore, the total sound absorption is given by the following formula:

$$A = A_{\text{surface}} + A_{\text{air}} + A_{\text{furniture}}$$

The unit of sound absorption is expressed in metric Sabines. In the units of the International System, 1 metric Sabine is equivalent to 1 m² of perfectly absorbent surface.

In conclusion, it is necessary to pay particular attention to the acoustics of a room intended for hospitality, so as to ensure that, inside it, the sound is clear, intelligible and uniform throughout its expected range, also avoiding disturbing background noise.

4. The role of Lighting design in Hospitality

Lighting also contributes to wellness and to making a hospitality facility pleasant, as the effects of light on humans are not limited to a purely visual issue, but affect the cognitive functions of each individual and above all their biological rhythm (circadian rhythm). This means that light can help you be more energetic or calmer, more alert or more relaxed depending on your needs. Today we have new generation lighting systems available, such as LEDs, OLEDs and video installations, capable of creating notable effects in terms of the intensity of the light flow, as well as the chromatic tones that can be obtained, covering practically every imaginable need. To design an adequate lighting system, it is necessary, first of all, to plan for a correct installation of the light sources suitable for each environment, in order to evoke suggestive and irresistible atmospheres, improving the quality of stay and making those places pleasant and comfortable at any time of the day. An adequate lighting system enhances spaces and creates different atmospheres and emotions in each environment, also offering comfort and warmth. To prepare a good lighting system it is necessary to reach a fair compromise between the so-called "technical lighting" and the "scenic lighting". Technical lighting is called lighting technology, which is a technical-scientific discipline that deals with the illumination of spaces and environments, both internal and external, using both sunlight and artificial light. The scenographic lighting is that which is able to furnish through light, enhancing the architecture of the environment, or to highlight the peculiarities of the furniture, creating interesting plays of light and shapes and able to provoke different emotions depending on the environment in which they are intended. In the latter case, light is no longer understood only as the ability to illuminate a room, but

above all as the ability to personalize an environment, strengthen its style and create magical atmospheres.

5. Conclusions

In hospitality facilities, it is important to take into due consideration an excellent acoustic and lighting design of the environments, in order to create memorable experiences for guests both visually and auditorily.

References

1. Source: Confcommercio Italiana, Surveys, data and information on the tourism sector in Italy: <https://www.confcommercio.it/-/turismo-in-italia> (2024 September 30)
2. Grossi F. C., *The Audio and Video Systems for the Arena of Verona*, presented at the AES 96th. Convention - Amsterdam, February 26 – 1994 March 1, published by the Audio Engineering Society, New York – Paper No. 3787 (P2.1); <https://aes2.org/publications/elibrary-page/?id=6445>
3. Grossi F. C., *The Multimedia Systems for the Glaxo Auditorium, Verona, Italy* presented at the AES 98th. Convention - Paris, February 25-28 1995, published by the Audio Engineering Society, New York – Paper No. 3962 (F2); 1995 Available: <https://aes2.org/publications/elibrary-page/?id=7804>
4. Grossi F. C., Majandi G., *The Audio Reinforcement System Project for the Rebuilding of the "La Fenice" Theater, Venice, Italy* presented at the AES 103rd. Convention - New York, 26-29 September 1997, published by the Audio Engineering Society, New York - Paper No. 4574 (K-1); <https://aes2.org/publications/elibrary-page/?id=7204>
5. Grossi F. C., *The Audio Reinforcement System for the New Theatre of Udine, Italy*, presented at the AES 104th. Convention - Amsterdam, 16-19 Maggio 1998, published by the Audio Engineering Society, New York - Paper No. 4647 (P12-2); <https://aes2.org/publications/elibrary-page/?id=8533>
6. Grossi F. C., *The Audio Reinforcement System for the Main Hall of the Gorizia Branch of the University of Trieste, Italy*, presented at the AES 106th. Convention – Munich, 08-11 Maggio 1999, published by the Audio Engineering Society, New York - Paper No. 4948 (Q2); <https://aes2.org/publications/elibrary-page/?id=8232>
7. Grossi F. C., *The Audio and Video Systems for the Casino of Portorose, Slovenia*, presented at the AES 108th. Convention – Paris, 19-22 Febbraio 2000, published by the Audio Engineering Society, New York. – Paper No. 5143 (M – 3); <https://aes2.org/publications/elibrary-page/?id=9195>
8. Grossi F. C., *The Multimedia Network for the Italian Basket League* presented at the AES 101st. Convention - Los Angeles, 8-11 Novembre 1996, published by the Audio Engineering Society, New York - Paper No. 4350 (G-6); <https://aes2.org/publications/elibrary-page/?id=7429>
9. Grossi F. C., *The Virtual Museum of Kazan, Shopping and Culture, a Winning Formula for Disseminating Beauty and Creativity, an Ergonomic Project*, presented at the Management Development Vector. Approaches in the Digital Economy – Kazan, Tatarstan, Russian Federation, 2021 January 28th, proceedings of the III All-Russian Scientific and Practical Conference, pp. 224-232, ISBN 978-5-8399-0697-6.
10. Grossi F. C., *Entertainment Systems for Cruise Vessels* presented at the AES 94th. Convention - Berlin, 16-19 Marzo 1993, published by the Audio Engineering Society, New York - Preprint No. 3610 (M1-2); <https://aes2.org/publications/elibrary-page/?id=6556>
11. Grossi F. C., *Manual for the standardization of music-lighting-show systems for public and entertainment rooms (LES) for the Costa cruise ship fleet* - S.A. Costa Crociere, Genova, Italy, 1992, 142 pp.
12. Source: Программа «Полет над Россией», Парк Зарядье, Москва; <https://www.culture.ru/events/4355795/programma-polet-nad-rossiei>
13. Harris Cyril M., *Handbook of Acoustical Measurements and Noise Control*, McGraw-Hill, New York, USA; third edition, 1991, ISBN 978-0070268685, 1024 pp.
14. Livingston J., *Designing with Light: The Art, Science, and Practice of Architectural Lighting Design*, Wiley, Hoboken, NJ, USA 2nd Edition, 2021, ISBN 978-1119807780, 432 pp.

Grossi Franco Claudio,
Professor Emeritus,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov (IEML)

ARCHITECTURE AND ENGINEERING DESIGN OF TOURIST ACCOMMODATION FACILITIES

Abstract. In recent years, the city of Kazan has experienced significant growth in inbound tourism, leading to the opening of many new accommodation facilities. The hospitality sector encompasses a wide range of architectural typologies, each tailored to specific purposes. In this document, I will share my personal experience as a designer of systems aimed at enhancing the comfort and well-being of guests, influencing their sensations and perceptions. The role of the acoustics of the rooms and their lighting systems plays a predominant role in the pleasantness of the incoming experience.

УДК 7.007 УДК 379.85

Дмитриева Диана Валерьевна,
студент,
Казанский Инновационный Университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия
Титова Елена Александровна,
доцент кафедры дизайна,
Казанский Инновационный Университет имени В. Г. Тимирязова,
член Союза Художников России, заслуженный деятель искусств Республики
Казань, Россия

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ К. Н. НАФИКОВА В АСПЕКТЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ ПО ИСКУССТВУ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Аннотация. Туристические направления в Республике Татарстан развиваются, творчество художника исторического жанра живописи К. А. Нафикова может стать основой для развития и обогащения проектов туризма по изучению истории Республики Татарстан, в частности Болгар, старейшего центра культуры народов Поволжья.

Ключевые слова: туризм, исторический жанр, культурное наследие, болгарская старина

Последнее время продвижению туристических программ уделяют особое внимание. Помимо экономической значимости, данное направление несет в себе патриотическую и идеологическую ценность. Республика Татарстан наделена уникальным историко-культурным наследием. Культура Татарстана развивалась на грани двух крупных цивилизаций: восточной и западной, это сильно повлияло на разнообразие культурного наследия. На территории республики проживают народы с разным историческим прошлым, которые хранят в себе многовековые традиции и обычаи [1].

В наше время исторический жанр в изобразительном искусстве Татарстана имеет ключевое значение, одним из знаковых художников, который внес огромный вклад в живописную летопись татарского народа, стал заслуженный деятель искусств Республики Татарстан, Лауреат премии имени Б. И. Урманче, живописец, театральный художник, график Канафи Абзалетдинович Нафиков (рис. 1). Произведения Канафи Нафикова находятся в собрании Государственного музея изобразительных искусств РТ, Музея Национальной культуры, Булгарского

историко-архитектурного заповедника, Музея театра имени Г. Камала, Фонда Марджани, в зарубежных частных собраниях [2]. Канафи Абзалетдинович Нафиков – один из ведущих художников в жанре исторической картины. Значимый период времени в своем творчестве художник посвятил истории татар, включая древний болгарский период. Особенно живописца волновала тема быта людей Древнего Булгара, традиции и праздники татарского народа. В собрании художественных произведений живописи Нафикова есть монументальные полотна на тему средневековой татарской истории, а также серия портретов выдающихся исторических деятелей, поэтов и писателей татарской культуры, исторические пейзажи и натюрморты. С его помощью поставлен ряд спектаклей, в которых выполнены декорации с воссозданным историческим временем, с предметами быта и костюмами древних татар (булгар) [3].

К. А. Нафиков вырос в селе Старое Утямышево (в настоящем времени это Черемшанский район Республики Татарстан). Детство и юность были достаточно сложные, мать работала в колхозе, а отец погиб, когда Канафие был все лишь год. Свою взрослую трудовую жизнь художник начал в восемнадцатилетнем возрасте на Казанском химическом заводе имени Куйбышева, после прошла служба в армии, в 1961 году поступил на театральное отделение казанского художественного училища. Его любимым преподавателем стал известный живописец республики Баки Идрисович Урманче. Баки Идрисович называл Нафикова любимым учеником.

В 1973 году заканчивает Ташкентский театрально-художественный институт имени Островского. В этот период он находит себя в профессии художника декоратора. В эскизах к декорациям выявляются черты болгарской старины (рис. 2). После возвращения в Казань Канафи Абзалетдинович преподает в Казанском художественном училище, с 1979 года работает в Художественном фонде.



Рис. 1. Нафиков К. А. Улица в Булгаре. 1975 г. Холст, масло. 46х86



Рис. 2. Нафиков К. А. Промышленный район в Булгаре. 1978 г. Холст, масло. 60х80

В 1980 году становится членом Союза художников СССР. В период с 1980 по 1990 года создает множество великолепных картин: «Поэт Кул Гали», «Клятва Хана», «Ага-базар», «Белая палата в Булгаре», «Шигабутдин Марджани», «Баки Урманче», «Салих Сайдашев», «Карим Тинчурин и другие, которые и приносят ему заслуженную славу (рис. 3).

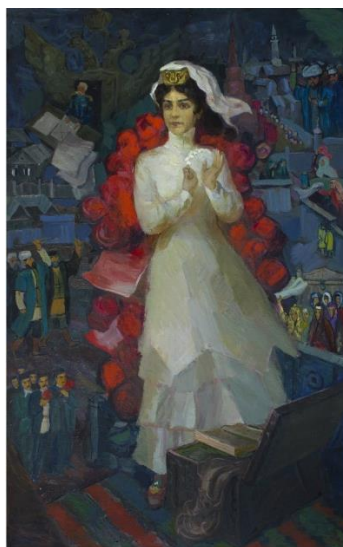


Рис. 3. Нафиков К. А. Цветок Тукая. 1987. Холст, масло. 150x100

В 1998 году художник становится лауреатом премии имени Баки Урманче, в 1999 году получает звание «Заслуженного деятеля искусств Республики Татарстан» [4].

Изобразительное искусство способствует развитию культурного и духовного обогащения, может помочь туристам познакомиться с культурой региона, а также помочь в продвижении туристических направлений. Ценность произведений татарских художников заключается в их вкладе в этнокультурное развитие. Они пробуждают интерес у молодежи в области культуры и истории своего народа, способствуют приобретению новых знаний в этой сфере. Кроме того, изучение произведений татарских деятелей, помогает в формировании художественного-образного мышления, эстетических вкусов, а также пробуждает чувство национального достоинства и гордости за свой народ у жителей нашей республики [5].

Архитектурно-исторический комплекс «Булгар» включен в список культурного наследия ЮНЕСКО [6]. Через картины Нафикова К. А. можно более углубленно погрузиться в изучение исторических событий древних булгар, познакомиться с элементами быта, а также с известными историческими лицами. Совместно с Фагратом Габдул-Хамитовичем Нурутдиновым в 2018 году Канафи Нафиков выпустили альбом «Волжская Булгария в картинах Канафии Нафикова», что может стать серьезным основанием для изучения и погружения в историю Волжской Булгарии, картины Канафии Абзалетдиновича глубоко раскрывают исторические сюжеты, наглядно демонстрируют события, происходящие в прошлом. Художественные произведения данного автора можно использовать для проведения экскурсий гостям и жителям Республики Татарстан. Начиная знакомство именно с картин, продолжая экскурсию в городе Казани и в Древних Булгарах. Посещение выставки на тему истории Волжской Булгарии и наглядная демонстрация исторических событий в картинах Нафикова поможет в формировании полной исторической реальности для посетителей, даст возможность взглянуть на личности из истории, увидеть элементы быта, украшения, национальную одежду, погрузиться в национальные праздники и традиции народа татар, получить более точные представления о конкретном периоде.

Примечание: фотографии произведений художника К. А. Нафикова взяты из нескольких художественных онлайн галерей [7; 8; 9].

Список литературы

1. Татарстан развивающийся центр западной культуры. – URL: <https://tat-rating.ru/obzor-tatarstana/razvitie-tatarstana/tatarstan-razvivayushchijsya-tsentr-zapadno-vostochnoj-kultury> (дата обращения: 30.10.2024).
2. Выставка Канафи Нафиков. История от Наримана. – URL: <https://gallerix.ru/pr/kanafi-nafikov> (дата обращения: 29.10.2024).
3. Информация, фото, работы художника. Нафиков Канафия. – URL: <https://art-most.com/product-detail/nafikov-kanafiya> (дата обращения: 30.10.2024).
4. Фаграт Г.-Х. Нурутдинов. Художник Нафиков К. А. // «Волжская Булгария в картинах Канафии Нафикова». – 2018. – 161 с.
5. Справочник культура-искусство. – URL: <https://www.tatar-inform.ru/references/structure/list/kultura-i-iskusstvo> (дата обращения 01.11.2024)
6. Болгарский музей заповедник. – URL: https://vbolgar.ru/?page_id=39 (дата обращения: 01.11.2024).
7. ARTMOST print. Онлайн галерея. Картины для интерьера. – URL: <https://artmostprint.ru/product/tsvetok-tukaya> (дата обращения: 04.11.2024).
8. Сунгатова Е. Онлайн фотогалерея Art16.ru. – URL: https://art16.ru/gallery2/v/artgal/nafikov/IMG_1136.jpg.html?g2_imageViewsIndex=2 (дата обращения: 04.11.2024).
9. Канафи Нафиков. Онлайн-галерея. – URL: <https://zhudrovgallery.ru/art/промышленный-район-в-болгарах> (дата обращения: 04.11.2024).

Dmitrieva Diana Valeryevna,

student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,

Kazan, Russia

Titova Elena Alexandrovna,

Associate Professor of the Department of Design,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,

member of the Union of Artists of Russia, Honored Artist of the Republic of Tatarstan,

Kazan, Russia

THE HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE OF K.N. NAFIKOV IN THE ASPECT OF PROMOTING THE TOURIST DESTINATION FOR ART IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Annotation. Tourist destinations in the Republic of Tatarstan are developing, the work of the artist of the historical genre of painting K.A. Nafikov can become the basis for the development and enrichment of tourism projects to study the history of the Republic of Tatarstan, in particular Bulgarians, the oldest cultural center of the peoples of the Volga region.

Keywords: tourism, historical genre, cultural heritage, Bulgarian antiquity

References

1. Tatarstan is a developing center of Western culture. – URL: <https://tat-rating.ru/obzor-tatarstana/razvitie-tatarstana/tatarstan-razvivayushchijsya-tsentr-zapadno-vostochnoj-kultury> (Date of application: 10/30/2024).
2. The exhibition of Kanafi Nafiks. Nariman's story. – URL: <https://gallerix.ru/pr/kanafi-nafikov> / (date of application: 29.10.2024).
3. Information, photos, works of the artist. Nafikov Kanafiya. – URL: <https://art-most.com/product-detail/nafikov-kanafiya> / (Date of application: 10/30/2024).
4. Fagrat G.-H. Nurutdinov. Artist Nafikov K.A. // "Volga Bulgaria in the paintings of Kanafiya Nafikov". – 2018 – 161s. (date of application: 29.10.2024).

5. The culture-art reference book. – URL: <https://www.tatar-inform.ru/references/structure/list/kultura-i-iskusstvo> (Date of application: 01.11.2024)
6. The Bulgarian Museum Reserve. – URL: https://vbolgar.ru/?page_id=39 (date of application: 01.11.2024).
7. ARTMOST print Online gallery. Paintings for the interior. – URL: <https://artmostprint.ru/product/tsvetok-tukaya/> (date of application: 04.11.2024)
8. Sungatova E. Online photo gallery Art16.ru. –URL: https://art16.ru/gallery2/v/artgal/nafikov/IMG_1136.jpg.html?g2_imageViewsIndex=2 (date of application: 04.11.2024).
9. Kanafi Nafikov. Online gallery. – URL: <https://zhudrovgallery.ru/art/промышленный-район-в-болгарах/> (date of application: 04.11.2024).

УКД: 681.3

Зиятдинова Адиля Наилевна,
студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

Раузеев Искандер Зиннурович,
доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙРОСЕТЕЙ В РАЗРАБОТКЕ ДИЗАЙНА ДЛЯ ПРИЛОЖЕНИЯ

Аннотация. Цель статьи заключается в изучении применения нейросетей и оптимизации работы с помощью них. Основные результаты, представлены в исследовании.

В результате анализа были выделены четыре ключевых способа использования искусственного интеллекта в разработке дизайна для приложения: генерация примерного дизайна по техническому заданию, создании идеи дизайна, анализ успешных приложений и создание альтернативных вариаций уже готового дизайна. К выводам исследования можно отнести утверждение, что нейросети – это мощный инструмент, который позволяет облегчить и ускорить работу, а также сосредоточиться на других важных аспектах при создании дизайна. Использование искусственного интеллекта не заменяет творческий процесс, а дополняет его, что делает дизайнера более конкурентоспособным. В быстро меняющемся мире важно уметь адаптироваться и интегрировать современные технологии в свою работу.

Ключевые слова: нейросеть, искусственный интеллект, анализ успешных приложений, генерация идей для дизайна, генерация вариантов дизайна

В условиях стремительного развития технологий, использования искусственного интеллекта необходимо для дизайнера. Это позволяет ускорить процесс и повысить качество работы. Несмотря на растущий интерес и использование нейросетей, данная тема все еще требует более глубокого изучения. Так как многие существующие исследования фокусируются на теории, а не на практике.

Нейронная сеть представляет собой компьютерную программу, которая функционирует на основе принципов естественной нейронной сети человеческого мозга. Основная задача таких искусственных нейронных сетей заключается в выполнении когнитивных функций, таких как решение задач и машинное обучение. Теоретические основы нейронных сетей были разработаны В 1943 году их нейрофизиологом Уорреном Маккалоком из Университета Иллинойса и математиком Уолтером Питтсом из Чикагского университета. В 1954 году Белмонту Фарли

и Уэсли Кларку из Массачусетского технологического института удалось запустить первую простую нейронную сеть.

Ключевой особенностью нейронных сетей является то, что знания о предметной области распределены по самой сети, а не записаны в программу. Эти знания представляют собой связи между обрабатываемыми элементами (искусственными нейронами) и адаптивные веса этих связей. Сеть обучается на различных данных, регулируя веса соединений между взаимодействующими нейронами, сгруппированными в слои [1].

Как работает нейронная сеть?

1. На вход поступает какая-то информация или запрос. Входной слой нейронной сети обрабатывает ее и переводит в понятной машине вид – в числовые наборы. Затем эти наборы передаются нейронам.

2. Нейроны по формулам, которые в них заложены, обрабатывают информацию. Как именно реагировать на разные детали этих данных, определяют коэффициенты – их нейросеть разработала при обучении. По сути, эти коэффициенты работают как память: нейросеть «вспоминает», как следует реагировать на похожие кластеры информации с известными ей признаками.

3. Данные передаются дальше по нейронной сети, проходит разные слои и типы нейронов. В конечном итоге на последнем слое нейросеть может сделать вывод. На выход подается ее финальная «реакция» на запрос [2].

Нейросети влились во многие сферы жизнедеятельности человека. Их используют везде: от написания целых рефератов до создания изображений. Нейросети можно игнорировать, избегать или использовать в свою пользу – в какой-либо работе. Нужно просто научиться правильно применять их.

В данной статье мы рассмотрим, как использовать искусственный интеллект в создании дизайна для приложений. Есть множество нюансов при создании дизайна приложения, которые нужно учесть, и чтобы ускорить весь процесс, мы будем использовать нейросети.

Как они могут помочь?

1. Сгенерировать примерный дизайн приложения по техническому заданию заказчика.

Если нужно сделать работу быстро, а идей по дизайну совсем нет или поиск референсов занимает слишком много времени, нейросеть может быстро сгенерировать несколько примеров. Этими примерами можно вдохновиться, что-то подчеркнуть, взять за основу один из них и доработать его или объединить несколько примеров в единый дизайн.

2. Сгенерировать саму идею дизайна.

Представим, что у вашего заказчика нет четкого технического задания и нужно самому придумать идею дизайна для приложения, а у вас совсем не получается что-то придумать. Искусственный интеллект поможет и тут – приведет несколько вариантов. Нужно будет лишь описать само приложение и его назначение. На основе информации, которую вы предоставите, он придумает пару вариантов дизайна. Далее вы сможете использовать эти идеи: выбрать одну из них, дополнить понравившуюся или изменить.

3. Проанализировать дизайны успешных приложений.

Чтобы создать не просто хороший дизайн, а тот, который будет привлекать людей, нужно проанализировать дизайны уже успешных приложений. Что в них такого, что люди до сих пор пользуются ими? Почему они им нравятся? На все эти вопросы может быстро ответить нейросеть. Она может составить таблицу плюсов и минусов популярных приложений, что поможет в разработке своего дизайна, улучшить его и сделать удобным для пользователей. Конечно, проанализировать вы можете и сами, но надо помнить, что скорость и экономия времени также важны для дизайнера. Заказчик может выбрать вас, так как вы делаете свою работу быстрее.

4. Создать другие вариации уже готового вашего дизайна.

Допустим, у вас уже готов дизайн для приложения, но вы или заказчик хотите увидеть другие цветовые решения. Чтобы сэкономить время свое и заказчика, легче обратиться к помощи искусственного интеллекта. Ведь он быстро сможет по вашему описанию предложить другие вариации вашего дизайна.

В заключение можно сказать, что нейросети открывают множество возможностей для дизайнеров, упрощая и ускоряя процесс создания дизайна. Они также позволяют сосредоточиться на других, более важных аспектах работы, таких как доработка и адаптация предложенных решений. Использование искусственного интеллекта в дизайне не заменяет весь творческий процесс и дизайнера, а дополняет его и помогает. В мире, где все стремительно меняется, важно быстро адаптироваться и использовать современные технологии, чтобы быть конкурентоспособным. Поэтому не стоит избегать нейросетей, боясь, что они вас заменят; наоборот, используйте их в своей работе.

Список литературы

1. Ксенофонов В. В. Нейронные сети// Журнал «Проблемы науки», 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neyronnye-seti-1/viewer> (дата обращения 11.11.2024)
2. Нейросеть // Словарь IT [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.skillfactory.ru/glossary/nejronnaya> (дата обращения: 11.11.2024).

Ziyatdinova Adilya Nailevna,
student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov
Kazan, Russia

Rauzeev Iskander Zinnurovich,
Associate Professor,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov
Kazan, Russia

FEATURES OF USING NEURAL NETWORKS IN THE DESIGN OF AN APPLICATION

Abstract. The purpose of the article is to study the use of neural networks and optimize work using them. The main results presented in the study – as a result of the analysis, four key ways of using artificial intelligence in developing an application design were identified: generating an approximate design according to a technical specification, creating a design idea, analyzing successful applications, and creating alternative variations of an already finished design. The conclusions of the study include the statement that neural networks are a powerful tool that makes it easier and faster to work, as well as focus on other important aspects when creating a design. The use of artificial intelligence does not replace the creative process, but complements it, which makes the designer more competitive. In a rapidly changing world, it is important to be able to adapt and integrate modern technologies into your work.

Keywords: neural network, artificial intelligence, analysis of successful applications, generation of design ideas, generation of design options

References

1. Ksenofontov V. V. Neural networks// The journal "Problems of Science", 2020 [Electronic resource] <https://cyberleninka.ru/article/n/neyronnye-seti-1/viewer> (accessed 11.11.2024)
2. Neural network// IT Dictionary [Electronic resource] <https://blog.skillfactory.ru/glossary/nejronnaya-set> (accessed 11/11/2024).

Ильясова Нелли Рафаэлевна,
преподаватель,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

РОЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ «ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО» В ОСВОЕНИИ ПРОФЕССИИ ДИЗАЙНЕРА

Аннотация. В статье представлена поэтапная методика создания изделий ДПИ. Актуальность – это необходимость подготовки специалистов, способных создавать изделия ручной работы и предметов декоративно-прикладного искусства. Данная статья основывается на практических наработках из опыта преподавания дисциплины «Декоративно-прикладное искусство».

Ключевые слова: декоративно-прикладное искусство, витраж, батик, роспись по стеклу, художественные народные промыслы

Целью изучения дисциплины «Декоративно-прикладного искусства» является разработка, проектирование и изготовление функциональных предметов среды, которые можно использовать как отдельные предметы интерьера и экстерьера.

При создании данных предметов, изделий, а иногда и комплектов, у студентов формируется дизайнерское мышление и способность разрабатывать новые изделия, основываясь на предыдущем опыте. В процессе освоения данной дисциплины, студенты изучают существующие народные художественные промыслы, черпают идеи из предшествующего опыта выполнения изделий декоративно-прикладного искусства.

Задачами предмета ДПИ является овладение методами и средствами проектирования и реализации художественного замысла, а также приобретение умений создания изделий декоративно-прикладного искусства.

На занятиях студенты узнают о роли декоративно-прикладного искусства в развитии культуры и общества, о применении различных видов данного искусства в жизни человека. Рассматриваются исторические и современные виды декоративно-прикладного искусства, и происходит знакомство с техниками данного искусства. Отдельно изучается история витражей, основные виды техник и их особенности исполнения. А также изучается история создания текстиля и ручная роспись по ткани. Студенты узнают о создании художественной росписи на различных материалах и сферах ее применения.

Важную роль в развитии неординарного мышления будущего дизайнера играет метод повторения в обучении, когда создание разработок изделия ведется посредством изучения существующих техник, изучаемых в рамках освоения дисциплины ДПИ. Опыт преподавания на практике показывает, что метод формирования пространственного мышления будущих дизайнеров средствами изучения существующих техник ДПИ достаточно эффективен, поскольку освоение данными техниками требует от обучающихся умственных действий, связанных с разработкой интересных образов, с возможностью использования их на практике.

В процессе создания изделия декоративно-прикладного искусства студент ведет подготовительную работу и выполняет поисковые эскизы.

Исходя из направления подготовки студентов колледжа, тематика практических работ семестра была сосредоточена в области декоративно-прикладного искусства.

Первой работой стало создание витража. Студенты могли использовать различные материалы (акриловые и витражные краски) и различные стеклянные изделия (готовые рамы со стеклом, стеклянные вазы или сосуды). Тематику оформления витража студенты выбирали самостоятельно, разрабатывали поисковые эскизы. Вторая работа – это батик по ткани. В данной работе студенты использовали в качестве наглядного материала известные картины художников, шаблоны они переносили на ткань, используя контур, акрил или специальные

краски по ткани. Завершающей работой по ДПИ была разработка художественной росписи на готовых деревянных изделиях.

Этапы выполнения учебных проектов:

- Сбор информации по выбранной теме. Студент выполняет сообщение по требованиям, получая навыки оформления текстовых документов.

- Подбор аналогов и референсов по выбранной теме. Студент подбирает готовые аналоги в интернете, в журналах, в окружении, при необходимости фотографирует, фиксирует выбранные объекты.

- Формирование концептуальной идеи. Студент выстраивает перед собой техническое задание. Начало эскизирования.

- Выполнение и демонстрация готового изделия в различных техниках (роспись по стеклу, по дереву, по ткани).

В ходе освоения дисциплины ДПИ было выполнено три основные практические работы. В первой работе было главной задачей перенести задуманную композицию на стекло с помощью витражных красок. Изначально, рисунок простым карандашом наносился на бумагу А3, а далее, подложив готовый рисунок под стекло, с помощью витражного контура, переносился на лицевую поверхность стеклянного изделия. Далее, изображение полностью покрывалось с помощью специальных витражных красок. Мелкие детали, блики, прорисовывались с помощью тонкой кисти и белого акрила.

Вторая работа по ДПИ – это батик по ткани. Сначала была подготовлена ткань (шелк, сатин, лен или хлопок) и специальный деревянный подрамник. С помощью степлера и скоб, ткань натягивалась на подрамник. Сначала изображение нанесли на бумагу с помощью карандаша и перенесли на ткань резервирующим составом. После полного высыхания резерва, работу покрывали специальными красками по ткани. Детали композиции дорабатывали с помощью акриловых красок и декоративных акриловых контуров.

Третьей работой по дисциплине была декоративная роспись на деревянной поверхности. В качестве деревянного изделия была выбрана круглая доска диаметром 30 см. Сначала доску с двух сторон загрунтовали специальным грунтом, и с помощью карандаша нанесли изображение росписи (городецкой, гжели, хохломы, мезенской). Лицевую сторону изделия покрыли акриловыми красками. После полного высыхания, изделие покрыли акриловым лаком.

В результате освоения данной учебной дисциплины, обучающиеся получают первый практический опыт от выполнения изделий декоративно-прикладного искусства, продолжают развивать общие компетенции и приобретают новые знания, навыки.

Предполагается, что в ходе учебного процесса по дисциплине декоративно-прикладное искусство, студентами будут осуществляться интересные решения по созданию необычных изделий ДПИ, путем изучения существующих аналогов. Также предполагается разработка сувенирной продукции и предметов индивидуальной ручной работы в различных техниках декоративно-прикладного искусства. Исходя из целей и задач дисциплины ДПИ, тематика практических работ направлена на развитие творческого мышления дизайнера, путем создания новых изделий декоративно-прикладного искусства.

Таким образом, можно сделать вывод, что роль дисциплины ДПИ в освоении профессии дизайнера очень важна. А знание технологий изготовления изделий предметов декоративно-прикладного искусства формирует необходимый набор знаний и умений для создания и воплощения творческих идей на должном уровне, повышает общий уровень культуры подачи проектов. Данная дисциплина поможет студентам выполнять задания по другим проектным дисциплинам и выйти подготовленными на стадию создания дипломного проекта. Обучение декоративно-прикладному искусству развивает необходимые знания и практические навыки в работе с использованием различных техник и материалов и в дальнейшем позволяет создавать уникальные и ценные изделия.

Список литературы

1. Ильина, Т. В. История искусства: учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина. – 2-е изд., стер. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 203 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10779-1. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/517369>
2. Ткаченко, А. В. Декоративно-прикладное искусство: керамика: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Ткаченко, Л. А. Ткаченко. – 2-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 243 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-12520-7. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/516774>
3. Роль декоративно-прикладного искусства в воспитании эстетической культуры <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-dekorativno-prikladnogo-iskusstva-v-vospitanii-esteticheskoy-kultury-shkolnikov/viewer>
4. Хворостов, А. С. Декоративно-прикладное искусство: художественные работы по дереву: учебник для среднего профессионального образования / А. С. Хворостов, Д. А. Хворостов; под общей редакцией А. С. Хворостова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 248 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-12507-8. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/517672>

Ilyasova Nelly Rafaelevna,

Senior lecturer,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov, Kazan, Russia

THE ROLE OF THE DISCIPLINE "DECORATIVE AND APPLIED ARTS" IN MASTERING THE PROFESSION OF A DESIGNER

Abstract. The article presents a step-by-step methodology for creating DPI products. Relevance is the need to train specialists capable of creating handmade products and objects of decorative and applied art. This article is based on practical developments from the experience of teaching the discipline "Decorative and Applied Arts".

Keywords: decorative and applied art, stained glass, batik, glass painting, artistic folk crafts

References

1. Ilyina, T. V. History of art: textbook for secondary vocational education / T. V. Ilyina. – 2nd ed., erased. – Moscow: Yurait Publishing House, 2023. – 203 p. – (Professional education). – ISBN 978-5-534-10779-1. – Text: electronic // Educational platform Yurayt [website]. – URL: <https://urait.ru/bcode/517369>.
2. Tkachenko, A.V. Decorative and applied art: ceramics: a textbook for secondary vocational education / A.V. Tkachenko, L. A. Tkachenko. – 2nd ed. – Moscow: Yurayt Publishing House, 2023. – 243 p. – (Vocational education). – ISBN 978-5-534- 12520-7. – Text: electronic // Educational platform Yurayt [website]. – URL: <https://urait.ru/bcode/516774>
3. The role of decorative and applied arts in the education of aesthetic culture <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-dekorativno-prikladnogo-iskusstva-v-vospitanii-esteticheskoy-kultury-shkolnikov/viewer>
4. Hvorostov, A. S. Decorative and applied art: woodwork: a textbook for secondary vocational education / A. S. Hvorostov, D. A. Hvorostov; under the general editorship of A. S. Hvorostov. – 2nd ed., ispr. and add. – Moscow: Yurayt Publishing House, 2023. – 248

Мухутдинов Радик Фаридович,
архитектор, к. п. н., доцент кафедры дизайна,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия,
Казанцев Денис Дмитриевич,
студент,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

МЕДИАЛОГОТИП КАК ЭЛЕМЕНТ БРЕНДИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Аннотация. В статье рассматриваются понятия брендинг и его составляющая медиа-логотип, как один из основных образов в позиционировании предприятий сферы индустрии туризма. Исследование проводится на примере медиалоготипа разработанного для проектируемой турфирмы «Казанский вел». Автор выдвигает предположение, что медиалоготип предприятия сферы гостеприимства может привести к достижению позитивных результатов и решить ключевые задачи брендинга. В заключение делаются выводы о теоретической и практической значимости медиалоготипа, в целях создания позитивного имиджа организации туристической отрасли.

Ключевые слова: брендинг, медиалоготип, анимированный логотип, индустрия туризма, проектирование, медиадизайн

В современных экономических условиях понятие «брендинг» можно представить в виде системного имиджевого образования, передаваемого целевой аудитории с использованием метода восприятия и последующего закрепления в краткосрочной, а затем и в долгосрочной памяти потребителя, это образ товара или услуги, существующий в сознании и восприятии потребителя [1].

По мнению Король А. Н. брендинг позволяет решать несколько основных задач:
создать положительный образ товаров и услуг;
продемонстрировать высокое качество продукции;
создать определенное взаимодействие между компанией и клиентами;
разработать формы позиционирования бренда: вербальную и визуальную идентификацию продукции;
выбрать пути продвижения и разработать маркетинговые приемы;
выделить достоинства среди конкурентов;
создать особый образ компании [2].

Брендинг используется для выделения компании среди конкурентов, а также для повышения ценности ее товаров и услуг. Для этого используется все разнообразие маркетинговых инструментов: фирменный стиль, реклама, рассылки, личные коммуникации, стимулирование продаж, повышение репутации и доверия к бренду и т. п. [6].

История брендинга начинается с XIII в. до н. э. (каменщики и гончары ставят на изделиях клеймо), активно развивается в период средневековья (по клеймам отслеживают нарушителей прав гильдий ремесленников) и окончательно формируется во время переселения и развития Северной Америки (начинается использование ярких этикеток для продвижения товаров).

Логотип, как один из основных элементов брендинга, занимает в этом ракурсе ведущую роль. Логотип в переводе с древнегреческого «слово – отпечаток», графическое изображение наименования в виде стилизованных букв и/или идеограммы.

Как термин он появляется в начале XIX века и в то время подразумевал под собой многократно используемый типографский шаблон.

Впервые, товарный знак пива Bass, как логотип, был зарегистрирован 1 января 1876 г.

В современной терминологии логотип – это оригинальное начертание наименования производителя или продукции, запоминающийся образ, эмоция, элемент, точно воздействующий на подсознание потребителя.

В настоящее время активно применяются логотипы с анимацией. Анимированные логотипы выгодно отличаются на фоне неподвижных изображений и способны существенно повысить узнаваемость бренда или компании.

Разработка анимированных логотипов охватывает широкий спектр визуальных элементов и техник. К ним относятся анимированная типографика, морфинговые формы, динамические переходы и интерактивные эффекты.

В отличие от статических логотипов, которые всегда остаются неизменными, анимированные логотипы используют динамическую графику для создания привлекательных и интерактивных представлений бренда. Эти анимации могут варьироваться от едва заметных движений до сложных последовательностей, в зависимости от сообщений бренда и целей проекта.

Анимированные логотипы можно создавать с помощью различных программных инструментов. Цель состоит в том, чтобы привлечь внимание, передать индивидуальность бренда и создать запоминающийся образ бренда с помощью движения и визуального повествования.

В постоянно меняющемся цифровом пространстве, где внимание быстротечно, а конкуренция жесткая, анимированные логотипы предоставляют брендам уникальную возможность выделиться и установить связь со своей аудиторией на более глубоком уровне.

Согласно исследованиям, южнокорейских ученых Есель ДжейУн и Хенджу Ли [3] можно отметить, что в вопросах эффективности восприятия статичной и анимированной графики имеются существенные различия: анимированные графические изображения более наглядны, интересны, по сравнению со статичными логотипами, и обеспечивают более высокий уровень эмоционального воздействия.

Анимированный дизайн логотипа – это не только визуальные эффекты; это динамичный инструмент повествования, который вдыхает жизнь в бренды, позволяющий логотипу превратиться в захватывающее повествование, вовлекающее аудиторию на цифровых платформах и оставляющее неизгладимое впечатление. Именно поэтому медиалоготип часто становится основой современных стратегий брендинга.

В процессе учебной деятельности нами был разработан медиалоготип для проектируемого предприятия индустрии туризма «Казанский вел».

Предполагается, что компания «Казанский вел» будет заниматься организацией велотуров по Республике Татарстан, прокатом снаряжения для велотуров, организацией экскурсий.

В настоящее время, в связи с большой конкуренцией на рынке тур-услуг и соответственно высокой затратностью и низкой рентабельностью охвата широкого круга клиентов, туристические фирмы вынуждены более четко и узко позиционировать свои услуги, демонстрируя наиболее сильные свои стороны только для наиболее потенциального круга потребителей [4].

Соответственно разработка проектируемого логотипа ориентирована на целевую аудиторию потребителей, имеющих активную жизненную позицию, интересующихся историческими и природными достопримечательностями в Республике Татарстан.

Так как аудитория пользователей услугами проектируемой турфирмы «Казанский вел» предполагает, молодых оптимистичных, энергичных людей, предпочитающих активный отдых и общение, предпочитающих простые и понятные вещи, предлагается сделать логотип в лаконичной двухмерной мультипликационной стилистике и упрощенной графике.

В качестве основных цветов были использованы оранжевый и серый.

Согласно исследованиям R. W. Burnham, R. M. Yanes и C. J. Bartleson [5], а также Мариам Райс и Лоры Лернер, оранжевый цвет тонизирует, заряжает энергией для новых дел и активизирует скрытый потенциал. Также оранжевый цвет понуждает к спонтанности и удовольствиям, ассоциируется с энергией и молодостью и креативностью. Он не вызывает утомления,

раздражения и чувства опасности как, например, красный цвет. Желтые оттенки дарят ощущение благополучия и счастья.

Атмосферу дружелюбия и комфорта может создать серый цвет. Он же сконцентрирует внимание клиента на нужной информации. Считается, что за счет того, что серый менее агрессивный и менее яркий цвет, он будет хорошим дополнением к основным цветам и поможет обеспечить баланс в дизайне анимированного логотипа.

В целях привлечения внимания аудитории с первых секунд анимации нами было также использовано звуковое сопровождение, наряду с изобразительной подачей информации. Чтобы подчеркнуть динамичность, открытость и молодежную направленность медиалоготипа было принято решение использовать трек из композиции современного татарского музыканта Айгель Гайсиной.

При выполнении проекта учитывалось, что для брендинга туристических услуг очень важна эмоциональная составляющая, на которую следует обратить особое внимание, так как зачастую именно этот фактор является определяющим в выборе потребителем тех или иных компаний.

Наибольшую значимость для создания медиалоготипа имеет построение его сценария, который представляется в виде соответствующей раскадровки и хронометража.

Сценарий анимированного логотипа

1 кадр. Цель: завладеть вниманием зрителя.

Реализация: колеса велосипеда, проехав по произвольной траектории, устанавливаются на свои места, транспорт готов в путь.

2 кадр. Цель: создать видеоряд туристической услуги добавить эмоциональную составляющую.

Реализация: велосипедист едет на фоне Казани, волосы условного персонажа развеваются, его сопровождает вихрь листьев, создавая ощущение легкости и радости.

3 кадр. Цель: сделать акцент на логотипе компании.

Реализация: пейзаж, на фоне которого едет велосипедист, делает оборот и превращается в логотип туристической компании.

Ниже представлена раскадровка ролика (рис. 1).

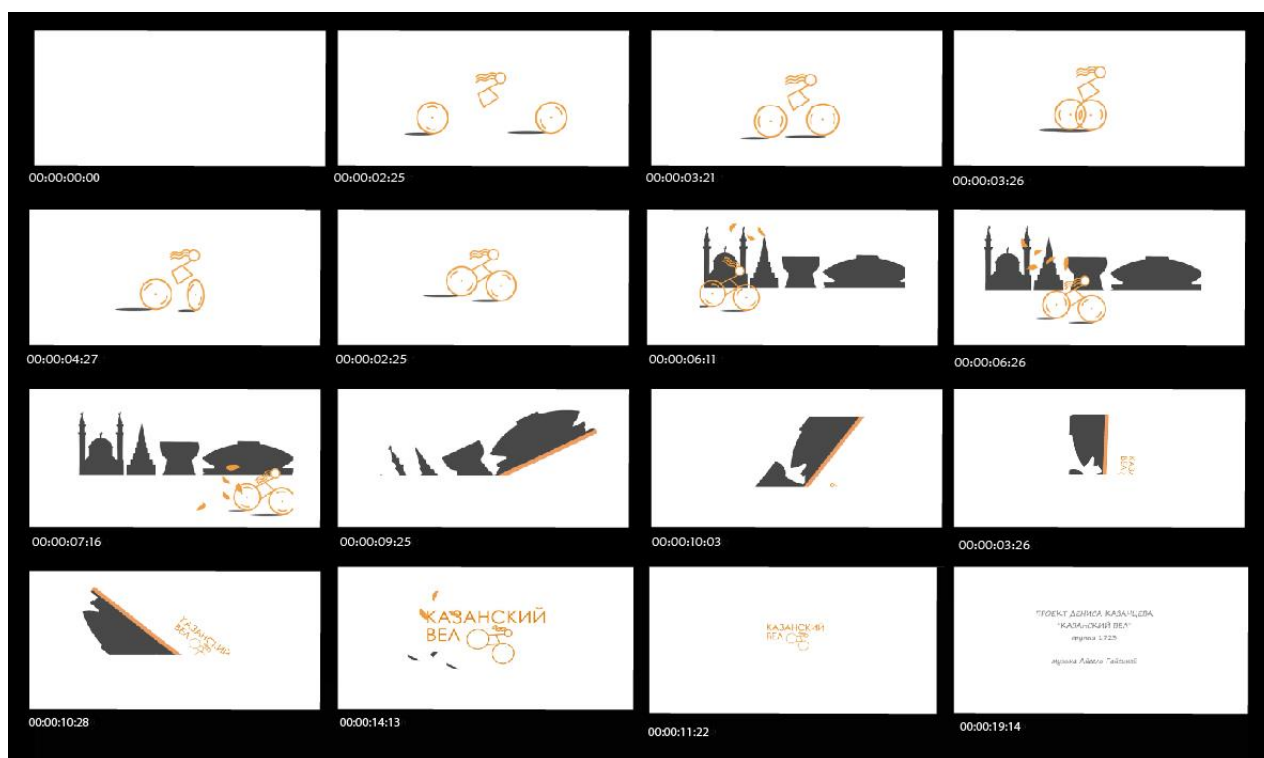


Рис. 1. Раскадровка и хронометраж

Для эффективного дизайна анимированного логотипа использовались следующие приемы:

Изучение и выбор для проекта различных стилей анимации, таких как 2D, 3D, использование различных эффектов: масштабирование/вращение/затухание, изменение траектории, темпа, подбор звукового сопровождения ролика.

Работа с цветовыми схемами и палитрой, обеспечение контрастности/читабельности текстовых элементов за счет чистого белого фона, использование типографики и соблюдение принципов психологии цвета.

Внедрение в анимацию идентичности и ценности бренда за счет использования фирменных цветов и основного логотипа. Выбор общего посыла и стиля анимации в соответствии со стратегией бренда.

Исходя из полученных результатов проектной деятельности, можно предположить, что медиалоготип предприятия туристической сферы позволяет достичь позитивных результатов и решить следующие задачи:

- позволяет наглядно продемонстрировать потребителю истории о ценности и миссии бренда, его особенностях;
- заинтересовать и остаться в памяти зрителей за счет своего динамичного характера;
- создать прочную эмоциональную связь со зрителем;
- простимулировать аудиторию, активно использующую цифровые технологии, взаимодействовать и обмениваться информацией с контентом бренда на интернет-площадках и в социальных сетях;
- поддерживать интерес и повышать лояльность потребителя к бренду.

Список литературы

1. Старов С. Бренд: понятие, сущность, эволюция. Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. Менеджмент (2): 2008. С. 3–39.
2. Король А. Н. Корпоративная (имиджевая) реклама как коммуникационный инструмент формирования имиджа и деловой репутации компании // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. 2018. № 4. С. 92–104.
3. Международный журнал Visual Design Том 14, выпуск 3, 2020, <https://designprinciplesandpractices.com>, Есель ДжейУн (университет Йонсей, Южная Корея), Хенджу Ли (1 Университет, Южная Корея), ISSN: 2325-1581 (Печать), ISSN: 2325 -159X (Онлайн) «Статичные и анимированные логотипы Brand: Взаимодействие логотипов брендов и индивидуальности бренда об эмоциональных и Когнитивных Эффектах».
4. Шапиро С. В. Брендинг в сфере туризма // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 21. – С. 68–72. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/770419.htm>
5. Школа маркетинга Келлога: / Фак. маркетинга шк. Келлога Сев.-Зап. ун-та; под ред. Д. Якобуччи. – М. [и др.] : Питер, 2004. – С. 397
6. Aaker D. 1996. Building Strong Brands. New York: The Free Press

Denis Dmitrievich Kazantsev,

student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

Radik Faridovich Mukhutdinov,

Architect, PhD, Assistant Professor, Department of Design,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

MEDIA LOGO AS A BRANDING ELEMENT OF A TOURISM INDUSTRY ENTERPRISE

Abstract. The article examines the concept of branding, and its component media logo, as one of the main images, and the positioning of the branding of a tourism industry enterprise. The

research is carried out on the example of an animated logo for the projected enterprise of the tourism industry "Kazansky Vel". The author suggests that the media logo of a tourism company can lead to positive results and solve key branding tasks. In conclusion, conclusions are drawn about the theoretical and practical significance of the media logo.

Keywords: branding, media logo, animated logo, tourism industry, design, media design

УДК 76.03/.09 76.021

Камышев Игорь Андреевич,

студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

Фахрутдинова Инесса Алековна,

к. арх, доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОГО ФОРМАТА НА СОДЕРЖАНИЕ И КОМПОЗИЦИЮ КОМИКСА

Аннотация. В исследовании рассмотрен вопрос изменения подхода к графической и сценарной композиции комикса, связанное с переходом этого вида книжного искусства в цифровой формат мобильных приложений.

Ключевые слова: вебтун, комикс, манга, манхва, скроллинг, графическая композиция, сценарная композиция, панель, гаттер

XXI век, век цифровой культуры повлиял на развитие всех видов искусства – появление новых цифровых произведений, стало новым этапом классических искусств в музыке, литературе и, конечно, изобразительном искусстве. Так, с 2000-х годов начинается развитие нового вида книжной графики – вебтуна⁴, это термин, объединивший цифровые комиксы, манги⁵, манхвы⁶.

Новый формат цифрового комикса начал свое развитие в Корее в начале 2000-х годов, когда в электронный формат были переведены отсканированные бумажные манхвы. Однако отсканированные печатные манхва, а за ними манги и комиксы было не слишком удобно читать – пользователям приходилось приближать картинки, чтобы их рассмотреть или прочитать текст. Поэтому позднее графические истории стали создавать специально для удобного чтения онлайн, они стали выходить в виде длинного полотна, которое удобно «скроллить»⁷. По мере развития цифровых технологий в картину повествования вебтуна авторы стали включать анимационные и звуковые эффекты. Таким образом, новый цифровой формат стал сильно отличаться от бумажных комиксов в формате книги.

4 Вебтун (веб-тун) – термин образовался от английских слов web (Интернет, Всемирная сеть) и cartoon (мультипликация).

5 Мánга (яп. 漫画, マンガ, ж., скл. – японские комиксы, иногда называемые комикку (コミック). От европейских комиксов их отличает чтение слева направо и черно-белая графика.

6 Манхвá (кор. 만화?, 漫畫? ['manhwa]) – корейские комиксы. Термин означает также анимационные мультфильмы, карикатуру, а за пределами Кореи обычно употребляется для обозначения исключительно корейских комиксов.

7 Скроллинг (от англ. scrolling — «просматривание; прокрутка») – форма представления информации, при которой содержимое (текст, изображение) движется (прокручивается) в вертикальном или горизонтальном направлении. Таким образом, скроллинг, в отличие от анимации, не изменяет содержимое, а «передвигает камеру».

Цифровой формат наложил и другие отличия на цифровой формат комикса. Прежде всего, это композиция иллюстраций по их компоновке и сценарию. Так, например, если в бумажном комиксе, на одной странице располагается одна или несколько сцен, которые можно охватить одним взглядом, то в вебтуне, все сцены идут последовательно. В бумажном комиксе через композицию панелей⁸ и гаттеров⁹ можно дать эмоциональный образ повествования, то в вебтуне таких средств меньше. Ими выступают цвет, длительность кадра и дополнительные спецэффекты (звуки, анимация).

Например, рассмотрим, как создает эмоцию Стив Эллис, американский создатель комиксов и иллюстратор. Создавая страницы комикса (рис. 1), он использует следующие приемы:

- выбирает величину панелей и вклеек;
- следит за тем, чтобы панели вели читателя слева направо и сверху вниз – это стандартное прочтение комиксов в западном стиле
- придает такую динамику рисункам, которая подсказывают читателю, куда нужно смотреть дальше;
- использует кадры приближения, например, крупные план персонажа или предмета, чтобы вызвать у читателя волнение или напряжение;
- использует длинные панели, которые могут продлить сцену, показать продолжительность времени или масштаб пространства;
- с помощью гаттеров, их шириной или отсутствием показывает разделение или слияние сцен;
- с помощью стилей рамок (ровная, волнистая, ломанная, рванная) – разные стили границ могут сигнализировать, что персонажи находятся в другом мире, времени или в новом жизненном состоянии, переживают воспоминание или предчувствие.

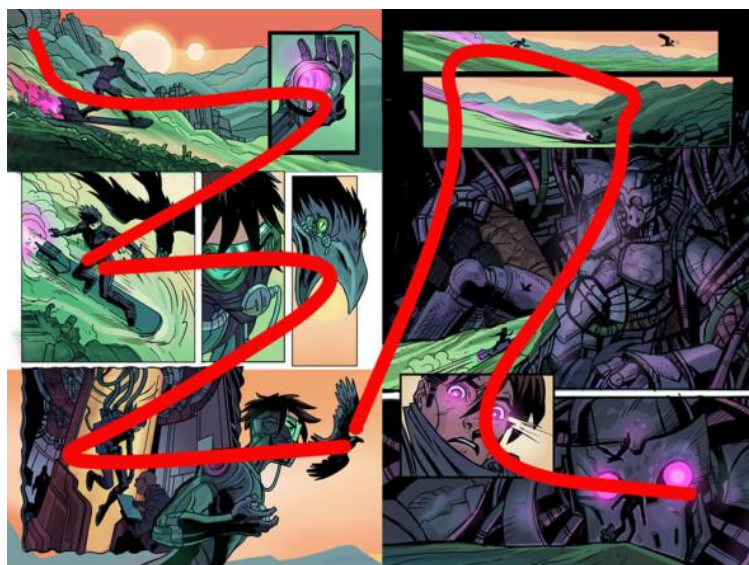


Рис. 1. Страницы из комикса Стива Эллиса

В вебтуне также можно использовать некоторые приемы композиций, выработанные в бумажных комиксах, но их количество будет ограниченным, прежде всего, по причине ограничения размерного формата и использования скроллинга, взамен листания страниц (рис. 2):

- величина панелей может быть увеличена только в одном направлении в «длинный кадр»;
- панели ведут читателя только сверху вниз;

⁸ Панель – иллюстрация, представляющая кадр графической истории.

⁹ Гаттер – канавка, разделение, пространство между панелями (кадрами) комикса.

- динамика рисунка выражается только через внутреннюю композицию кадра и его геометрии;
- для повышения напряжения также широко используются кадры приближения, например, крупные план персонажа или предмета;
- гаттеры приобретают более узкое влияние, но авторы также «играют» их шириной или отсутствием показывает разделение или слияние сцен;
- как и в бумажных комиксах используются различные стили рамок стилией рамок (ровная, волнистая, ломанная, рванная).



Рис. 2. Кадры из вебтунов 1–3) Поднятие уровня в одиночку (2018); 4) Аннарасуманара (2010)

Рассматривая композицию цифровых комиксов вебтунов можно сделать следующий вывод:

- цифровой формат накладывает ограничения на композицию вебтун, развивающуюся линейно по вертикали;
- ограничения определяют доступные средства выразительности;
- новые интерактивные средства выразительности (звук, анимация) формируют уникальность вебтуна;
- для бумажных и цифровых комиксов остаются едиными такие понятия композиции как ритм, плавность повествования и баланс.

Список литературы

1. Разметка комикса: как использовать панели и гаттеры //DTF, платформа для обсуждения игр, кино, разработки и технологий. [Электронный ресурс] – URL: <https://dtf.ru/gamedev/893314-razmetka-komiksa-kak-ispolzovat-paneli-i-gattery>

2. Скотт Маккдауд. Понимание комикса: невидимое искусство/Изд-во «Белое яблоко», 2016 г. – 216 стр., илл.

3. Что такое вебтуны, их отличие от традиционной манги//Сервис электронных книг №1 в России [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.litres.ru/journal/что-такое-vebtuny-ikh-otlichie-ot-traditsionnoi-mangi/>

Kamyshev Igor Andreevich,

student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov (IEPU),

Kazan, Russia

Fakhrutdinova Inessa Alekovna

PhD, Associate Professor,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov (IEPU),

Kazan, Russia

THE INFLUENCE OF THE DIGITAL FORMAT ON THE CONTENT AND COMPOSITION OF THE COMIC

Abstract. The study examines the issue of changing the approach to graphic and scenario composition of comics related to the transition of this type of book art to the digital format of mobile applications.

Keywords: webtoon, comics, manga, manhwa, scrolling, graphic composition, scenario composition, panel, gutter

References

1. Comic book markup: How to use panels and gutters //DTF, a platform for discussing games, movies, development, and technology. [Access mode] <https://dtf.ru/gamedev/893314-razmetka-komiksa-kak-ispolzovat-paneli-i-gattery>

2. Scott McDowd. Understanding Comics: Invisible Art/White Apple Publishing House, 2016 – 216 pages, fig.

3. What are webtoons, their difference from traditional manga//E-book service No. 1 in Russia [Access mode] // <https://www.litres.ru/journal/что-такое-vebtuny-ikh-otlichie-ot-traditsionnoi-mangi/>

УДК 658.626

Мухутдинов Радик Фаридович,

архитектор, к. п. н., доцент кафедры дизайна,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

Киреева Аделина Наилевна,

студент,

Казанский Инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

БРЕНДИНГ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА МЕТОДАМИ МЕДИА ДИЗАЙНА

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы брендинга специализированного предприятия сферы гостеприимства, а также основные принципы и технологии создания бренда для формирования его узнаваемого визуального образа. Особое внимание уделяется методам продвижения и интерактивных презентаций, виртуальных туров и других медиа-средств. Анализируются труды известных исследователей в области брендинга, обобщаются подходы к формированию гостеприимной среды.

Ключевые слова: медиадизайн, брендинг, фирменный стиль, специализированное предприятие

Брендинг – это процесс создания уникального имени, образа конкретного продукта или организации. Брендинг охватывает широкий спектр деятельности, включающий разработку элементов фирменного стиля, стратегическое позиционирование и построение эмоциональной связи с аудиторией.

Одним из первых исследователей брендинга, как системного явления, можно считать успешного копирайтера Дэвида Огилви, которого часто называют «отцом рекламы». Его работы стали фундаментальными для понимания принципов построения брендинга, таких как последовательность и согласованность в коммуникации бренда с потребителем. Питер Дойл – один из ведущих маркетологов также внес значительный вклад в развитие теории брендинга, уделяя внимание стратегическому управлению брендами и их капитализацией [2].

Согласно современным исследованиям, основные принципы брендинга включают уникальность, значимость, актуальность и постоянство. Развитие теории брендинга идет в нескольких основных направлениях, таких как брендинг продуктов, корпоративный брендинг, личный брендинг и цифровой брендинг.

Также в рамках концепции брендинга можно рассматривать понятие «гостеприимная среда», которое включает в себя совокупность условий и факторов, обеспечивающих пребывание людей в определенном месте комфортным и приятным. Это понятие имеет долгую историю, уходящую корнями в античные времена.

Так, например, Аристотель в своих трудах упоминал важность благоприятных условий для общения и жизни людей [1]. Платон также отмечает вопросы организации общественного пространства и гостеприимства [6]. В Средние века многие философы и теологи, такие как Фома Аквинский, Альберт Великий, Бернард Клервоский и Ричард Сен-Викторский исследовали моральные и этические аспекты гостеприимства [4]. В XX веке выдающийся ученый Абрахам Маслоу, изучал потребности человека, включая социальные и психологические аспекты создания комфортного пространства [5].

Современные исследования гостеприимной среды охватывают такие сферы научного знания как урбанистика, гостиничный бизнес, психология и социология. Многие известные ученые (Рэйчел Бойл, Владимир Квартальнов, Джуди Ирвин и др.) рассматривают факторы, влияющие на комфорт и удовлетворенность людей, включая физические условия, социальные взаимодействия и эмоциональное восприятие окружающего людей пространства [3].

Обобщая опыт исследователей по формированию брендинга, следует отметить, что в основном упор делается на применение методов проектирования. Методы – это система правил и приемов, применяемых для достижения определенных целей в теории и практике. Методы проектирования направлены на разработку и внедрение решений, которые способствуют комфорту и удовлетворенности людей в различных, в том числе социальных и виртуальных пространствах.

Цифровой медиа дизайн представляет собой одно из направлений, активно используемых для создания гостеприимной среды. Данный вид деятельности включает использование цифровых технологий и медиа для разработки интерактивных, визуально привлекательных и функциональных образов. Методы цифрового медиа дизайна включают в себя визуализацию данных, интерактивные интерфейсы, виртуальную и дополненную реальность.

Мировой опыт применения методов цифрового медиа дизайна охватывает такие сферы, как цифровые музеи, интерактивные выставки и умные города. Например, использование дополненной реальности в музеях позволяет создать более захватывающий образовательный опыт для посетителей [6]. В России существует много примеров успешного применения цифрового медиа дизайна, такие как интерактивные инсталляции в культурных центрах и использование цифровых технологий в городском пространстве.

Таким образом, методы создания гостеприимной среды и цифровой медиа дизайн играют ключевую роль в обеспечении комфорта и удовлетворенности людей, способствуя развитию инновационных и привлекательных пространств.

В процессе учебного проектирования нами был создан медиа логотип для специализированного предприятия винного клуба "Wine not?". Идея создания данного проекта возникла из желания предложить гостям не просто место для дегустации, но и атмосферу, где каждый сможет почувствовать себя особенным. Данный клуб представляет собой место, где гости могут насладиться разнообразием напитков в уютной и гостеприимной атмосфере, узнать историю возникновения данных напитков, сорта винограда и марки вина, географию произрастания, специфику хранения. Акцент сделан на сочетании высокого качества обслуживания и уникального интерьера, что способствует созданию комфортной и гостеприимной среды.

Если рассматривать концепцию данного клуба с точки зрения географического расположения, то Крымский полуостров был бы отличным выбором, так как регион имеет давнюю традицию виноделия, восходящую к VI веку до нашей эры, когда на полуострове были основаны древнегреческие колонии. Уникальное географическое положение и климат Крыма позволяют выращивать широкий спектр сортов винограда, от международных классических до местных крымских сортов. Это разнообразие может быть представлено в винной карте клуба. Наряду с этим Крымский полуостров обладает потрясающими природными ландшафтами, от побережья Черного моря до горных внутренних районов. Эту живописную красоту можно органично интегрировать в дизайн и атмосферу клуба, создавая по-настоящему захватывающие впечатления для гостей. Развитие внутреннего туризма делает Крым все более популярным направлением с многочисленными винодельнями, винными маршрутами и дегустациями. Клуб "Wine not?" может извлечь выгоду из этой тенденции и позиционировать себя как центр для любителей вина, посещающих регион. Заслуживает внимание и крымская кухня с ее средиземноморских влияний и местными деликатесами. Она может быть искусно объединена с выбором вин клуба, что еще больше улучшит общее впечатление.

Также одним из наиболее подходящих мест для такого винного клуба может быть Дагестан – регион на Кавказе, который издревле славится своими винодельческими традициями. Виноградарство и виноделие в Дагестане имеют многовековую историю, уходящую своими корнями в I тысячелетие до нашей эры. Еще в древности на территории современного Дагестана существовали развитые центры виноградарства, а местные вина славились далеко за пределами региона.

Культура производства вина в Дагестане формировалась под влиянием различных цивилизаций – персидской, арабской, византийской. Каждая из них привносила свои традиции и технологии, обогащая местное виноделие.

Особенностью дагестанских вин является использование аутентичных сортов винограда, таких как цимус, баян-ширей, кахури, саперави. Эти сорта прекрасно адаптированы к местному климату и почвам, что придает винам уникальные вкусовые качества.

Создавая клуб "Wine not?" в Дагестане, можно погрузить гостей в атмосферу многовековой винодельческой истории региона. Интерьер клуба может быть выдержан в традиционных дагестанских мотивах, а сомелье – рассказывать захватывающие истории о каждом представленном в меню сорте вина.

Процесс проектирования клубного медиа логотипа проходил в несколько этапов:

- исследование и анализ. В первую очередь был проведен анализ целевой аудитории и рынка винных клубов. Это помогло определить основные предпочтения потенциальных клиентов и выделить ключевые элементы, которые должны быть включены в бренд;
- разработка концепции. На данном этапе была разработана концепция бренда и его основные визуальные элементы, включая логотип. Были учтены все аспекты, начиная от цветовой палитры и заканчивая типографикой;
- создание логотипа. Логотип был создан с учетом всех требований цифрового медиа дизайна. Бордовый фон, элегантный шрифт и бокал вместо буквы "Т" стали основными элементами дизайна.

В процессе проектирования были использованы следующие элементы цифрового медиа дизайна:

- *цветовая палитра*: бордовый фон был выбран для логотипа, чтобы ассоциироваться с цветом вина и создать элегантную и изысканную атмосферу;
- *типография*: шрифт логотипа был подобран таким образом, чтобы он был легко читаемым и современным, придавая бренду стильный и запоминающийся вид;
- *графические элементы*: вместо буквы "I" в слове "Wine" используется изображение бокала, что добавляет логотипу оригинальности и визуальной привлекательности;
- *интерактивные компоненты*: был разработан интерактивный элемент для использования на веб-сайте и в социальных сетях, такой как анимация логотипа (рис. 1).



Рис. 1. Логотип клуба

Для формирования уникального бренда и привлекательной гостеприимной среды в винном клубе "Wine Not?" предлагается комплексный подход, включающий следующие методы цифрового медиа дизайна:

Разработка фирменного стиля бренда. Создание запоминающегося логотипа, цветовой палитры, шрифтов, иконографии, отражающих концепцию винного клуба. Применение этих элементов визуальной айдентики во всех цифровых коммуникациях.

Создание адаптивного и информативного сайта винного клуба. Использование технологий HTML5, CSS3 и JavaScript для обеспечения интерактивности и отзывчивости дизайна под различные устройства. Интеграция функционала онлайн-бронирования столиков, просмотра меню и цифровых сомелье-гидов.

Разработка мобильного приложения "Wine Not?" с персонализированным содержанием, рекомендациями, виртуальными дегустациями и поощрительной программой для постоянных гостей.

Оформление пространства винного клуба с применением мультимедийных инсталляций. Размещение сенсорных экранов с интерактивными каталогами вин, виртуальными экскурсиями по винодельням, 3D-визуализацией блюд.

Использование технологий дополненной реальности (AR) для создания индивидуальных этикеток бутылок, интерактивных меню с возможностью «попробовать» вино.

Ведение активной коммуникации в социальных сетях (Вконтакте, Rutube, Telegram) с публикацией развлекательного, обучающего и вовлекающего материала о культуре виноделия.

Интеграция систем сбора и анализа данных о посетителях для оптимизации маркетинговых кампаний и улучшения клиентского опыта.

Комплексное применение этих методов цифрового медиа дизайна позволит винному клубу "Wine Not?" создать уникальный, узнаваемый бренд, обеспечить высокий уровень клиентоориентированности и повысить лояльность целевой аудитории.

Таким образом, обобщая теорию и практику можно предположить, что применение методов цифрового медиа дизайна в вопросах брендинга клуба может способствовать достижению следующих позитивных результатов:

Коммерческие задачи: повышение узнаваемости бренда, увеличение лояльности целевой аудитории, рост посещаемости и продаж винного клуба.

Научно-исследовательские задачи: анализ поведенческих паттернов посетителей, оценка эффективности различных цифровых инструментов брендинга.

Развивающие задачи: формирование уникального бренда винного клуба, способного выделяться на высококонкурентном рынке.

Обучающие задачи: повышение компетенций персонала в области цифровых технологий и их применения для улучшения клиентского опыта.

Задачи по созданию комфортных условий для посетителей: интеграция цифровых решений в пространство винного клуба, повышение вовлеченности и эмоциональной связи гостей с брендом.

Следует также отметить, что данные аспекты носят теоретический характер и требуют практической апробации и оценки эффективности применения цифрового медиа дизайна в брендинге винного клуба. Реальные результаты могут отличаться от прогнозируемых.

Список литературы

1. Аристотель. Политика. – Санкт-Петербург: Наука, 1997. – 458 с.
2. Дойл П. Управление брендами. – Санкт-Петербург: Питер, 2001. – 272 с.
3. Иванов А. Цифровой медиадизайн в городском пространстве. – Москва: Архитектура и строительство, 2020. – 210 с.
4. Маслоу А. Мотивация и личность. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 352 с.
5. Огилви Д. Огилви о рекламе. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.
6. Платон. Диалоги. – Москва: АСТ, 2017. – 320 с.
7. Попова Е. Цифровой музей: инновации в экспозиционной деятельности. – Москва: Наука, 2019. – 275 с.

Adelina Nailevna Kireeva,

student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,

Kazan, Russia

Radik Faridovich Mukhutdinov,

architect, PhD, Associate Professor of the Department of Design,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,

Kazan, Russia

BRANDING OF A SPECIALIZED HOSPITALITY ENTERPRISE USING MEDIA DESIGN METHODS

Abstract. The article discusses the issues of branding of a specialized enterprise in the field of hospitality, as well as the basic principles and technologies of creating a brand to form its recognizable visual image. Particular attention is paid to methods of promotion and interactive presentations, virtual tours and other media. The works of well-known researchers in the field of branding are analyzed, approaches to the formation of a hospitable environment are summarized.

Key words: media design, branding, corporate identity, specialized enterprise

References

1. Aristotle. Politics. – St. Petersburg: Science, 1997. – 458 p.
2. Doyle P. Brand management. – St. Petersburg: St. Petersburg, 2001. – 272 p.
3. Ivanov A. Digital media design in urban space. – Moscow: Architecture and construction, 2020. – 210 p.
4. Maslow A. Motivation and personality. – St. Petersburg: Peter, 2011. – 352 p.
5. Ogilvy D. Ogilvy about advertising. – Moscow: Mann, Ivanov and Ferber, 2014. – 240 p.
6. Plato. Dialogues. – Moscow: AST Publishing House, 2017. – 320 p.
7. Popova E. Digital museum: innovations in exhibition activities. – Moscow: Science, 2019. – 275 p.

Кошман Мария Александровна,

старший преподаватель,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

Муслимова Регина Ринатовна,

студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

Черноперова Полина Алексеевна,

студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

КЛАУЗУРА, КАК СРЕДСТВО ПОИСКОВОГО РЯДА В РЕШЕНИИ ПРОЕКТОВ КАФЕДРЫ ДИЗАЙНА

Аннотация. В данной статье рассматриваются клаузурный метод поиска решения для создания концепции к эскизному проекту «Входная группа дендрария Волжско-Камского государственного природного биосферного заповедника». В создании идей участвовал второй курс кафедры Дизайна, факультета ГиД, КИУ им. В. Г. Тимирязова.

В 2023 г. кафедрой Дизайна, факультета ГиД, КИУ им. В. Г. Тимирязова, была проведена совместная работа с представителями Волжско-Камского государственного природного биосферного заповедника. Задача состояла разработать концепцию входной группы дендрария данного заповедника, расположенного вблизи Раифского монастыря, Зеленодольского р-на, в 10 км от г. Казани (рис. 1).

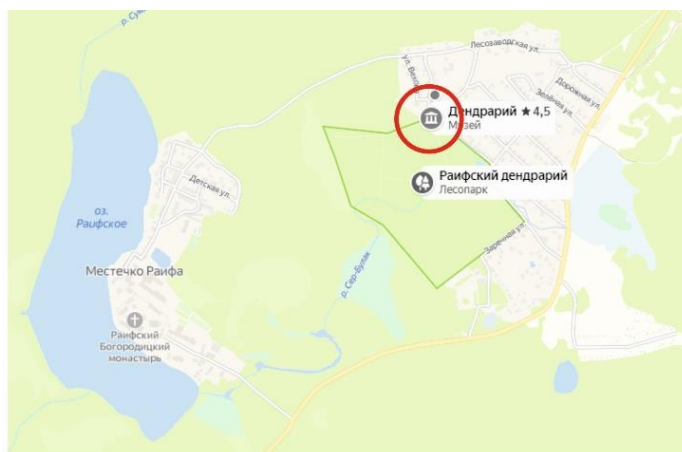


Рис. 1. Местоположение в структуре района



Рис. 2. Фотофиксация

Первым этапом решения данной задачи стала организация группы студентов второго курса кафедры Дизайна для поиска концепции. Для студентов было составлено техническое задание, с описанием исторической справки, постановкой задач; представлены взгляды и мнения, а также аналоги сотрудников заповедника (рис. 2). На основе этих данных были созданы эскизные проекты – студенческие клаузуры. Клаузурный поиск представляет собой графическую работу, выполняемую после вводной лекции, и является концептуальным видением студентом основных аспектов изучаемой темы. Затем проводится обсуждение клаузур, в ходе которого преподаватель анализирует работы студентов и выделяет наиболее интересные проекты, соответствующие целям и задачам проектирования [1].

Некоторые клаузуры представлены и описаны авторами в данной статье.

Клаузура (рис. 3), автор – студент Муслимова Регина. Разрабатываемая концепция входного узла дендрария предполагает в левой части входной группы расположить карту-схему парка, где будет размещен QR-код, по которому можно перейти на сайт Волжско-Камского заповедника и получить подробную информацию обо всех природных участках парка. Рядом с проектом запроектированы скамейки из природных материалов: дерево, металл. На правой стороне расположено небольшое здание – касса, обшивка – дерево, каркас сделан из металла. Напротив кассы – стенд с дополнительной информацией о правилах посещения парка. При входе в парк будет размещена входная группа в виде полукруга с основной надписью вверх – название. С левой стороны расположен глобус, подвешенный к основанию (к потолку). Для освещения в вечернее и ночное время предполагается использовать точечные светильники. Ограждение выполнено из металлических труб.

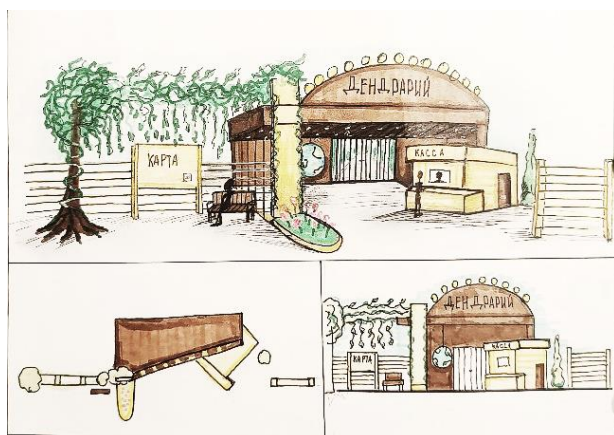


Рис. 3. Клаузура.
Автор – ст. Муслимова Регина

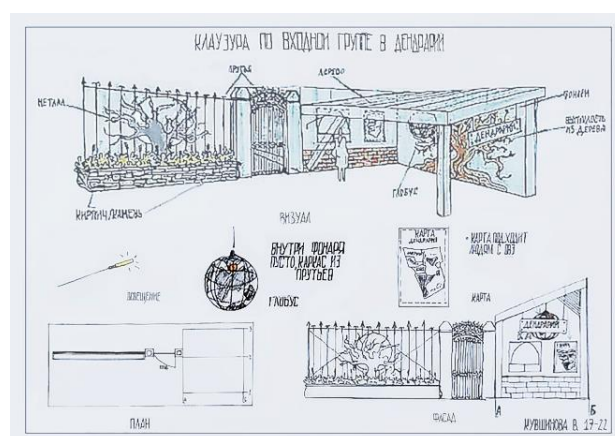


Рис. 4. Клаузура.
Автор – ст. Кувшинова Владислава

Клаузура (рис. 3), автор – студент Кувшинова Владислава. Важным фактором привлечения людей к богатству растительности мира является включение в малую архитектурную форму входной группы различных элементов, которые были бы интересны и привлекательны для гостей. Было необходимым создать дизайн, создающий комфортабельные условия экстерьера для входа в дендрарий. В основе концепции дерево, символизирующее связь с греческим названием ботанического сада и выполняющее функцию декорирования крытой части павильона и ограждения садовой территории. Каждый из объектов освещается разными видами подсветки, которые в вечернее время создают полноценную картину замысла. Главным источником света является сквозной глобус, выполненный из тонких стеклопластиковых прутьев, которые безопасны и прочны при неблагоприятных условиях. Присутствует местное освещение, которое расставляет акценты на ограждение и клумбу возле него в виде рогоза. Значительными по важности материалами в концепции является дерево и декоративный металл, благодаря которым входная группа приближена к окружающей среде и к тематике дендрария.

Клаузура (рис. 5), автор – студент Черноперова Полина. При разработке концепции входной группы, были выявлены основные требования по функциональной значимости:

- достаточная площадь входной зоны для комфортного перемещения и отдыха посетителей;
- мебель и другие элементы должны быть удобными, безопасными и надежными.

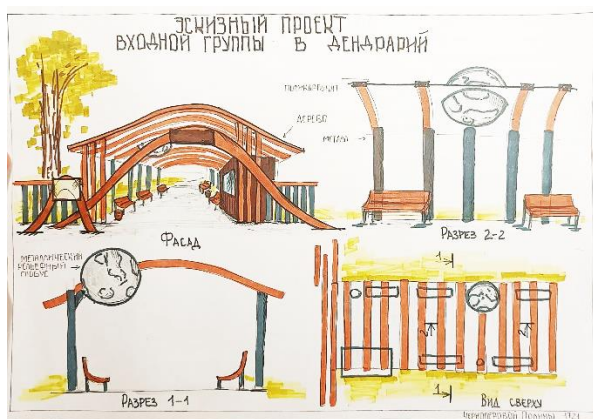


Рис. 5. Клаузура.
Автор – Черноперова Полина



Рис. 6 Клаузура.
Автор – студент Арзиева Екатерина

Для достижения чистоты и упорядоченности концепции был выбран минималистичный дизайн. Главным архитектурным элементом является навес с небольшой зоной отдыха и декоративный металлический глобус с маршрутом в виде светодиодной ленты. Входная группа высотой 3 м видна при подъезде к входу и является визитной карточкой дендрария. Вдоль входной группы будут размещены скамейки и урны. Цвет объекта входной группы дендрария созвучен природе, что одновременно добавляет выразительности и органично интегрирует объект благоустройства в местный ландшафт. При подборе формы навеса референсом послужила китайская хижина с крышей по форме, напоминающей коромысло. Конструкция крыши изготовлена из деревянных брусьев, соединенных между собой с помощью поликарбоната, которая держится на металлической конструкции, построенной с использованием традиционных строительных технологий. Боковые фасады при входе и все конструкции объекта выполнены из деревянных брусьев. Входная группа – визитная карточка, но наряду с эстетической и имиджевой функцией, объект имеет практическое значение, защищая входную зону от дождя и палящего солнца. Это первое сооружение, которое видят посетители. Поэтому важно было произвести приятное впечатление и настроить на общение с удивительным миром природы [2].

Клаузура (рис. 6), автор – студент Арзиева Екатерина. Разработанной концепцией дендрария предложены основные зоны и их элементы. Главный вход предлагается оформить между двумя зданиями. В одном возможна установка общественного туалета, помещения для сотрудников дендрария. Во втором – кассы и торгово-розничный зал. Крыша запроектирована в виде полуцилиндрической формы, накрывающая оба здания. Фасад решено оформить с помощью декоративных элементов, имитирующих деревья, поддерживающие общий навес. Тем самым максимально внедряется простая форма со стандартным материалом (стандартный готовый павильон, с отделкой металлопрофилем) в природную среду. Территорию дендрария будет ограждать кованый забор с уникальным рисунком. Пустые стены можно оформить информационными стендами, эмблемами заповедника, картами и пр.

Концепции, основанные на поисково-художественных эскизах, представляют собой эффективный инструмент для улучшения качества проектирования. Для студентов творческих специальностей крайне важно изучать и осваивать методы эскизной графики. Это не только развивает практические навыки в области изобразительного искусства, но и способствует формированию пространственного мышления, умения создавать образы и моделировать форму архитектурных объектов [1]. Путь от возникновения творческой идеи до воплощения комплексного тематического художественного образа предметно-средового пространства непрост и во многом зависит от личностных эмоционально-психологических особенностей студента-дизайнера, а также его профессиональной подготовки: – важно уметь генерировать идеи. Это может быть результатом наблюдений за окружающим миром, вдохновением от произведений

искусства или даже случайных ассоциаций; – необходимо развить навыки визуализации. Эскизные рисунки и макеты помогают лучше понять и передать задуманное; – важно уметь работать с материалами и технологиями. Выбор материалов и технологий зависит от множества факторов, включая бюджет, функциональность и эстетические предпочтения; – необходимо уметь работать в команде; – важно уметь преодолевать трудности и неудачи. В процессе работы могут возникать непредвиденные проблемы, требующие творческого подхода к их решению [3]. Также на рис. 7 представлены клаузуры, выполненные в разных техниках, на данную тему.



Рис. 7. Клаузура. Авторы – студенты гр. 2 курса каф. Дизайна

Опыт проведения клаузур, как средство поискового ряда в решении концепции проектов, было отличным решением кафедры Дизайна. Студенты получили реальный опыт работы с заказчиком и выполнением задания согласно техническому заданию. А представители Волжско-Камского заповедника выделили для себя наиболее удачные решения.

Список литературы

1. Салыхова М. Р. Роль клаузурного метода в учебном процессе // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ) # 11(80), 2020. С. 9–11.
2. Курочкина, В. А. Малые архитектурные формы в структуре открытых общественных пространств города / В. А. Курочкина, Е. К. Калиниченко, М. О. Белова // Вестник евразийской науки. – 2021. – Т. 13, № 5.
3. Овчинникова Е. В., Зыков С. Н. Клаузура как источник проектно-художественных решений в дизайне // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2–2

Koshman Maria Alexandrovna,
Senior lecturer,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia
Muslimova Regina Rinatovna,
student,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia
Chernoperova Polina Alekseevna
student,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

CLAUSURA AS A MEANS OF A SEARCH ROW IN SOLVING PROJECTS OF THE DEPARTMENT OF DESIGN

Abstract. This article discusses the clausal method of finding a solution for creating a concept for the draft project "Entrance group of the arboretum of the Volga-Kama State Natural Biosphere Reserve". The second year of the Department of Design, Faculty of Design, V.G. Timiryasov KIU participated in the creation of ideas.

References

1. Salakhova M. R. The role of the clausal method in the educational process // Eurasian Union of Scientists (EU) # 11(80), - 2020. – from 9–11.
2. Kurochkina V. A., Kalinichenko E.K., Belova M.O. Small architectural forms in open public spaces of the city. The Eurasian Scientific Journal, 13(5): 28NZVN521. Available at: <https://esj.today/PDF/28NZVN521.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).
3. Ovchinnikova E. V., Zykov S. N. Clausura as a source of design and artistic solutions in design // Modern problems of science and education. – 2015. – № 2–2.

УДК 711.167

Кошман Мария Александровна,
старший преподаватель,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия
Фахрутдинова Инесса Алековна,
к. арх., доцент,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия
Мортазина Алия Радиковна,
преподаватель,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ОПЫТ СОТРУДНИЧЕСТВА КАФЕДРЫ ДИЗАЙНА (ГИД, КИУ) С ВНЕШНЕЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ, ЗАКАЗЧИКОМ ДИЗАЙН-ПРОДУКТА

Аннотация. По итогам работы с запросом руководства Дендрария Волжско-Камского государственного биосферного заповедника на разработку проектов средового дизайна и рекламного продукта, студентами и преподавателями кафедры дизайна был выполнен ряд проектов для заповедника, что послужило положительным опытом включения реального заказа в учебные разработки.

Ключевые слова: опыт сотрудничества, заказчик, форэскиз, эскизный проект, защита проектов, техническое задание, клаузура, производственная практика

Одной из задач современного образования в высшей школе и в колледжах является практико-ориентированность и взаимодействие учебного процесса с запросами работодателя. Выполнение учебных работ в рамках реальных заказов имеет несколько преимуществ – это и повышение ответственности студентов в выполнении задания, это и прикосновение к реальным проектным задачам и получение дополнительных компетенций, заключающихся в решении таких вопросов, которые можно решить только в общении с реальным заказчиком и исполнителями. И, конечно, работа над реальным проектом имеет большой вес в портфолио будущего выпускника, что может ему помочь в более выгодном трудоустройстве по окончании обучения. Исходя из этого, образовательное учреждение приветствует запросы работодателей и заказчиков, включая их задания в учебный процесс.

В начале 2023–2024 учебного года на кафедру Дизайна факультета «Гостеприимства и дизайна» поступил запрос от дендрария Волжско-Камского государственного биосферного заповедника в помощи продвижения заповедника через организацию дизайна среды и разработки сувенирной продукции для заповедника. Определив возможности сотрудничества с заказчиком, кафедра Дизайн взялась за работу, распределив запрос заказчика на три составляющие:

1) разработка форэскиза для задачи первой очереди – разработки входной группы на территорию дендрария. Эту работу поручили бакалаврам, работающим под руководством доцента Фахрутдиновой И. А. и старшего преподавателя Кошман М. А.;

2) разработка задач второй очереди – элементы благоустройства, рекламная продукция, сувенирная продукция. Эту часть работы выдали студентам выпускного курса колледжа на производственную практику под руководством преподавателя Мортазиной А. Р.;

3) задачей третьей очереди стали дипломные работы, разработанные студентами колледжа на основе идей проектной практики (руководитель Мортазина А. Р.).

Работа над форэскизом входной группы была построена следующим образом:

определено техническое задание на разработку;

проведен мозговой штурм в виде клаузуры на тему;

выбраны с заказчиком наиболее интересные и рациональные идеи для решения проектной задачи;

определена проектная группа студентов для эскизной разработки;

работа над проектом.

Важным этапом стала **работа с техническим заданием**. В процессе интервью заказчика о его видениях и пожеланиях, а также на основе исходных материалов – данных по местоположению объекта (рис. 1), его актуальном состоянии (рис. 2), исторической справки, других особенностях (рис. 3) было составлено техническое задание, заключающееся в следующих пунктах:

– заменить устаревшее ограждение (вдоль ул. Садовая) – 200 м – на металлический забор, выполненный из секций из профильных труб с элементамиковки;

– разработать входную группу – визитную карточку дендрария;

– применить идею – экологический маршрут по дендрарию, проходящий через секции «Америка», «Европа» и «Азия», под названием «1000 шагов вокруг света и сквозь столетия»;

– изобразить глобус с макетами материков, где маршрут проходит по 55-й параллели – на уровне Казани – вокруг земного шара;

– на месте кассы предусмотреть новый павильон с витринными окнами для организации кассы и сувенирной лавки;

– желательны элементы декора и благоустройства из натуральных материалов.

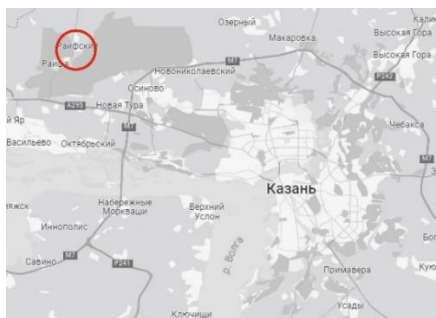


Рис. 1. Местоположение дендрария

Рис. 2. Фотофиксация входной группы

**Рис. 3. Эмблема
заповедника**

После создания четких условий для выполнения форэскиза данное задание было выдано студентам 2-го и 3-го курсов для поискового решения в виде *клаузур*. Представители заповедника создали волонтерскую акцию «Мой талант – в помощь заповеднику!», призывающая студентов – будущих ландшафтных дизайнеров – помочь в разработке и оформлении авторского эскизного проекта по созданию оригинальной входной группы на территорию дендрария. За несколько дней кафедрой, на 2–3 курсах были проведены занятия с работой в виде клаузурного решения поставленных задач. Некоторые графические работы представлены на рис 4.



Рис. 4. Клаузуры студентов каф. Дизайна, КИУ

Результаты форэскиза были рассмотрены совместно с заказчиком проекта на выявление наиболее оптимальных проектных идей, которые могли бы лечь в основу эскиз проекта (рис. 5–6).



Рис. 5. Встреча с представителем дендрария



Рис. 6 Совместный выбор удачных решений в студенческих клаузурах

После мозгового штурма и определения с заказчиком дальнейшего хода работы была определена рабочая группа студентов, которая под руководством ст. преп. Марии Александровны Кошман выполнили эскизный проект и визуализацию входной группы (рис. 7), который был представлен заказчику и одобрен им.



Рис. 7. Эскиз входной группы в дендрарий, визуализация

Разработка задач второй очереди (элементы благоустройства, рекламная продукция, сувенирная продукция) была построена иным способом. Студентам колледжа было предложено пройти производственную практику непосредственно у заказчика. После знакомства с дендрарием и разговором с руководством заповедника, студенты определились с выбором тем для разработки: навигация по дендрарию, фотозоны, сувенирная лавка, сувениры, графические презентации заповедника и др. Руководство от кафедры на производственную практику взяла на себя преподаватель Мортазина Алия Радиковна.



Рис. 8. Экскурсия по дендарию



Рис. 9 Презентация проектов сотрудникам дендария



В завершении практики все проекты были представлены на защиту перед заказчиком на его территории. По результатам работы несколько проектов взяты в реализацию, а несколько тем легли в основу выпускных квалификационных работ студентов колледжа (рис. 10, 11, 12).

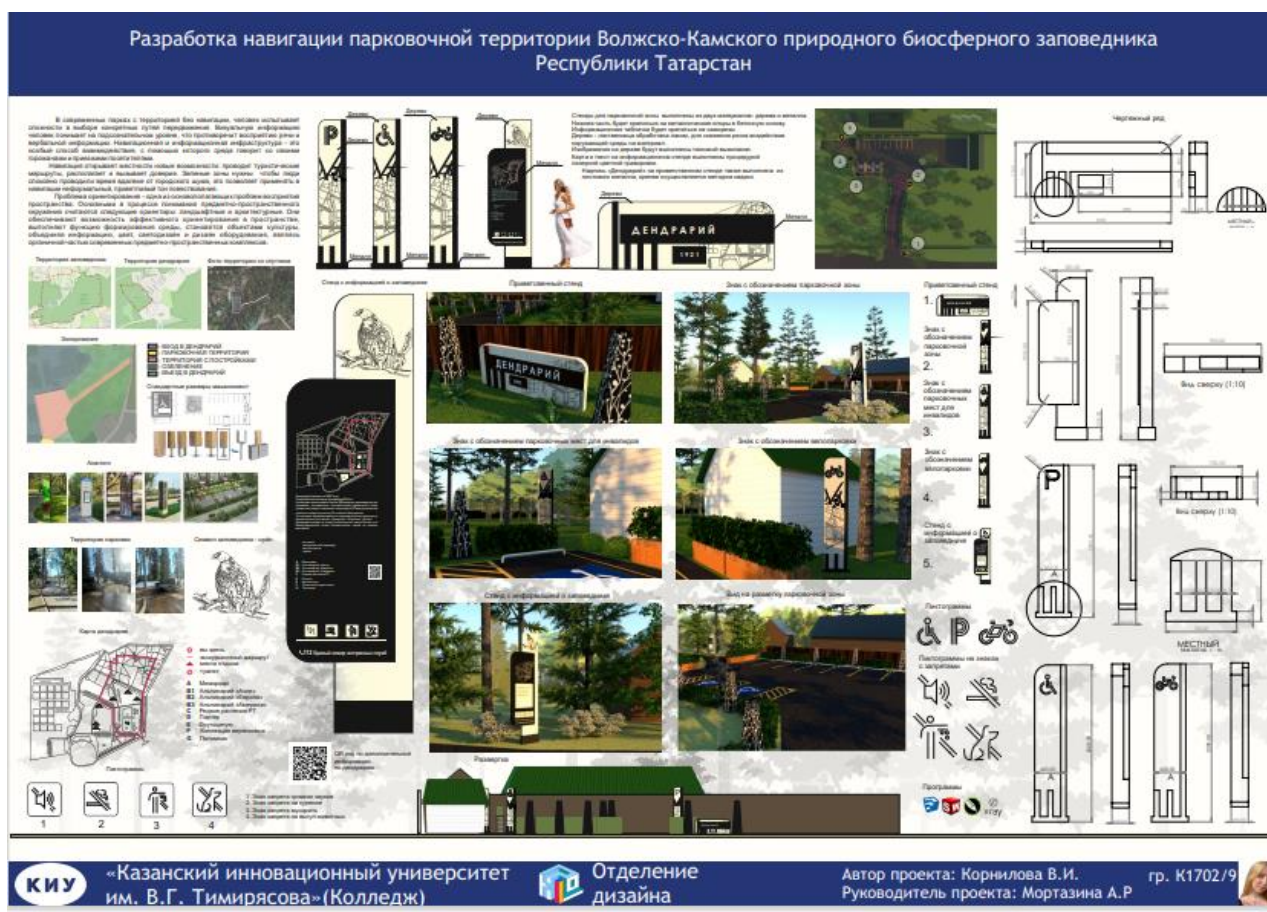


Рис. 10. Дипломный проект «Разработка навигации парковочной территории Волжско-Камского природного биосферного заповедника Республики Татарстан», выполнил: Корнилова В. И., руководитель: Мортазина А. Р.

РАЗРАБОТКА ИГРОВОГО СТЕНДА ДЛЯ ДЕТЕЙ В РЕКРЕАЦИОННОЙ ЗОНЕ ВОЛЖСКО-КАМСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРИРОДНОГО БИОСФЕРНОГО ЗАПОВЕДНИКА, РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН

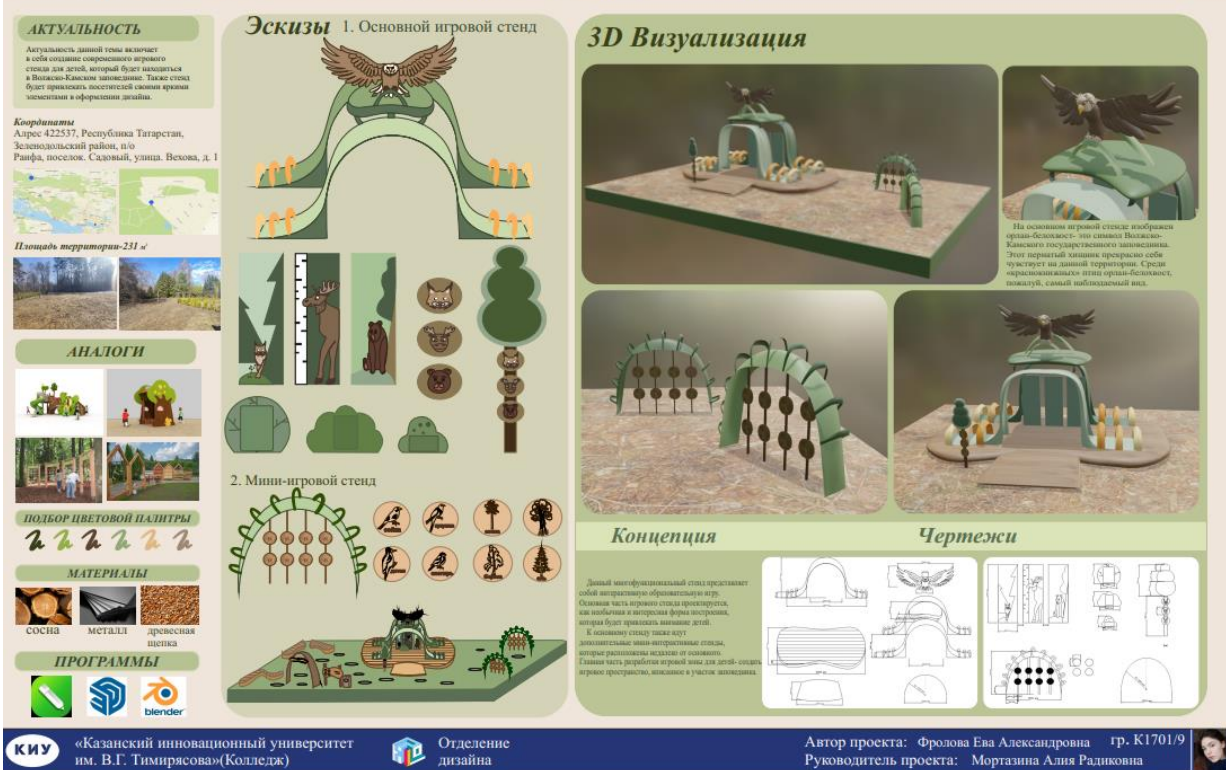


Рис. 11. Дипломный проект «Разработка игрового стенда для детей в рекреационной зоне Волжско-Камского государственного природного биосферного заповедника, Республика Татарстан», выполнил: Фролова Е. А., руководитель: Мортазина А. Р.



Рис. 12. Дипломный проект «Дизайн-концепция сувенирной лавки для Волжско-Камского государственного природного биосферного заповедника, Республика Татарстан», выполнил: Галиева Р. Р., руководитель: Мортазина А. Р.

Koshman Maria Alexandrovna,
Senior lecturer,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov, Russia
Fakhrutdinova Inessa Aleksovna,
Candidate of Architecture, Associate Professor,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov, Russia
Mortazina Aliya Radikovna,
Senior lecturer,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov, Russia

THE EXPERIENCE OF THE DESIGN DEPARTMENT STAFF (GUIDE, KIU) WITH AN EXTERNAL ORGANIZATION, THE CUSTOMER OF THE DESIGN PRODUCT

Annotation. Following a request from the management of the Arboretum of the Volga-Kama State Biosphere Reserve to develop environmental design and advertising product projects, students and teachers of the Department of Design completed a number of projects for the reserve, which served as a positive experience in including a real order in educational developments.

Keywords: cooperation experience, customer, foreskiz, draft design, project protection, terms of reference, clause, production practice

УДК 711.167

Кошман Мария Александровна,
старший преподаватель,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

РАЗРАБОТКА ЭСКИЗНОГО ПРОЕКТА ВХОДНОЙ ГРУППЫ ДЕНДРАРИЯ

Аннотация. На базе кафедры Дизайна факультета ГиД, КИУ имени Тимирязова, была проведена работа по разработке эскизного проекта входной группы Волжско-Камского заповедника. В статье рассматриваются основные этапы проекта.

В 2023 г. на кафедру Дизайна, Казанского инновационного университета обратилось руководство Волжско-Камского государственного природного биосферного заповедника, с запросом в помощи оформления эскизного проекта входной группы в дендрарий. Тех. задание состояло из следующих ключевых позиций: – заменить устаревшее ограждение (вдоль ул. Садовая) – 200 м – на металлический забор, выполненный из секций из профильных труб с элементамиковки (или индивидуальной схемы с пиками, высотой 2,0 м); – разработать входную группу в сочетании с функцией ограждения (забор металлический, возможно из тех же профильных труб или с украшением из кованых элементов), с навесом – наклонная крыша длиной до 10 м и шириной до 3 м; – запроектировать элементы благоустройства; – вписать готовый модульный павильон с витринными окнами для организации кассы и сувенирной лавки (с применением отделки под дерево) вместо небольшой будки на входе.

Главная идея проекта: экологический маршрут по дендрарию, проходящий через секции «Америка», «Европа» и «Азия», с названием «1000 шагов вокруг света и сквозь столетия», который объединяет 500 видов деревьев из умеренных широт северного полушария, представленных в 100-летней коллекции. Для погружения в мир растений предполагается внедрить идею – изобразить глобус с макетами материков, где маршрут проходит по 55 параллели – на уровне Казани – вокруг земного шара. На месте кассы – новый павильон. Во входной группе – калитка для прохода посетителей 1,20 м шириной (для людей с ОВЗ). Пожелание – применение декоративных украшений из металла в виде дерева.

Дендрарий Волжско-Камского государственного природного биосферного заповедника располагается в северо-западном направлении от г. Казани, вблизи Раифского монастыря, по адресу, ул. Вехова, д. 1, пос. Садовый, Зеленодольский район, Республика Татарстан, (рис. 1–2).

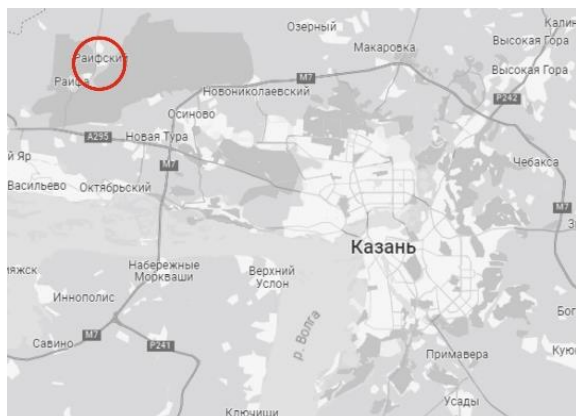


Рис. 1. Ситуационный план относительно г. Казани

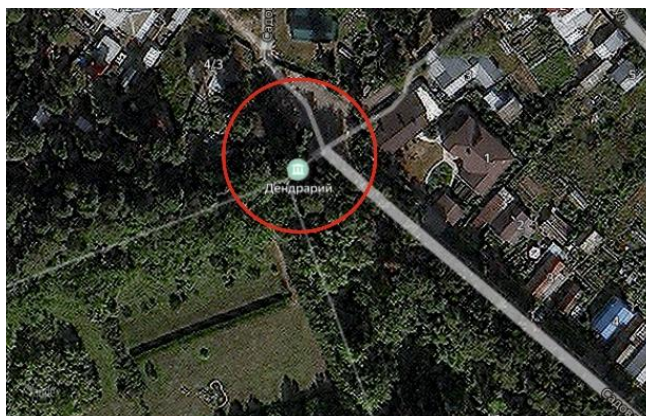


Рис. 2. Космоснимок. Вход в дендрарий

На рис. 3–4 представлены фотографии общего вида. На этом месте проектом предполагается новая входная группа. Авторские ворота с калиткой, над павильоном наклонная крыша шириной не менее 3 м, с углом наклона в одну сторону до 30 град. Ширина входных ворот 15 м (можно увеличить до 20 м), высота – 2,5 м. Стенд с режимом работы и тому подобные элементы могут быть вынесены отдельно. Современную деревянную вывеску решено сохранить и использовать.



Рис. 3. Фотофиксация



Рис. 4. Фотофиксация

Для разнообразия поиска эскизного решения, группа второго курса выполнила клаузуру по заданной теме. Данный подход был организован как волонтерская акция «Мой талант – в помощь заповеднику!», призывающая студентов – будущих ландшафтных дизайнеров – помочь в разработке и оформлении авторского эскизного проекта по созданию оригинальной входной группы на территорию дендрария (а в перспективе – и всей экологической тропы в едином стиле или отдельных ее элементов с учетом требований для особо охраняемых природных территорий) [1]. Некоторые решения студенческих работ представлены на рис. 5.

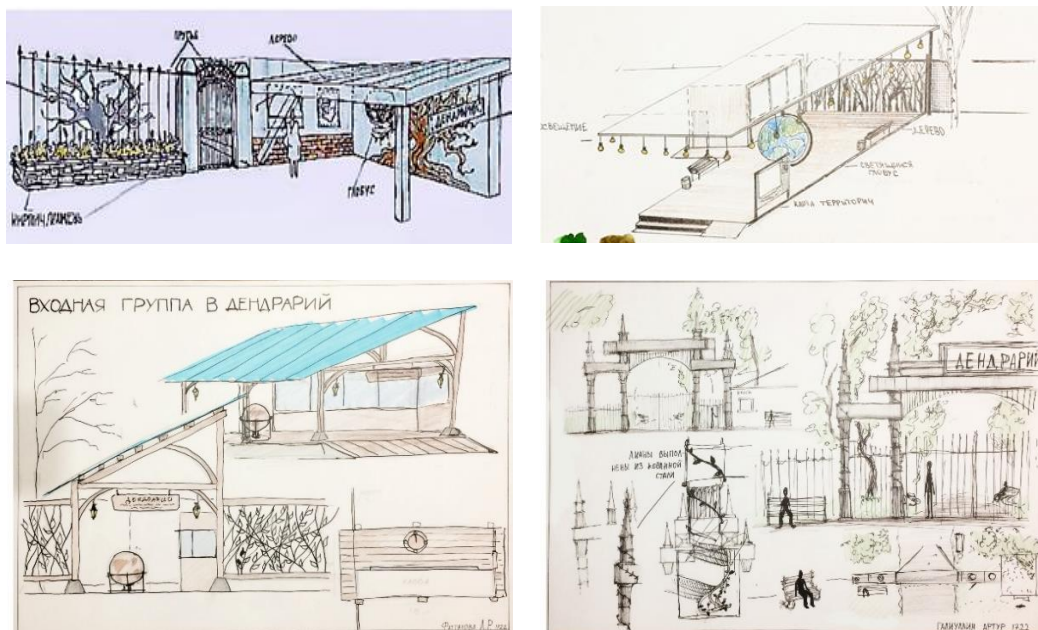


Рис. 5. Клаузуры студентов 2 курса кафедры Дизайна

Входная группа представляет собой пространство внутри дендрария, закрытая ограждением, без доступа к ней в нерабочее время. Входная калитка и часть забора предполагается выполнить с помощью элементов художественнойковки, в виде лоз, листьев и прочих природных решений. Эскизное решение предполагает установку готового модульного павильона на место существующей кассы, с делением внутри на два помещения – касса и торговый зал, справа от входа. Наружная отделка представлена в виде окраски и декоративных деревянных элементов. Существующая вывеска также размещается на фасаде павильона. С левой стороны предложено создать зону накопительной буферной функции. В данном пространстве будут набираться группы туристов, проводиться организационная часть экскурсии. Здесь же возможно организовать место постоянной и временной экспозиции, поясняющей историю дендрария. В данном месте отдыха, по желанию представителей заповедника, решено разместить глобус «1000 шагов вокруг света и сквозь столетия». Защитой от атмосферных осадков служит навес, организованный из металлопрофиля по рамно-стержневому принципу установки (фермы и колонны), перекрывающий павильон и буферную зону [2]. Во внутреннем пространстве проектом предусмотрена обеденная зона – пергола и МАФы для принятия пищи. Благоустройство данной зоны возможно с помощью сезонных растений в контейнерах (рис. 6).



Рис. 6. Визуализация

Природоподобие форм зданий и малых архитектурных форм (МДФ) – один из самых эффективных методов взаимной интеграции природы и архитектурных сооружений. Подражание архитектуры природным формам представляет собой симбиоз урбанизации и визуальной нетронутости природы [3]. В эскизный проект также входит подбор аналогов МДФ, элементов благоустройства. Выбраны элементы, созданные из природных материалов – дерево, металл, камень (рис. 7).



Рис. 7. Референсы – аналоговый ряд

В итоге разработанный эскизный проект нашел отклик представителей Волжско-камского заповедника. Многие решения применены и запущены в реализацию. Особенно стоит отметить положительные отзывы на подход в поиске идей – студенческие клаузуры. Студенты также с воодушевлением провели данную работу.

Данный проект должен быть реализован за счет бюджетных средств, сумма которого не превышает 1,8 млн руб. (2023 г.). В связи с ограниченным бюджетом решения подстраивались под данные рамки.

Работа кафедры Дизайна, в лице преподавателей и студентов, совместно с представителями Волжско-Камского государственного природного биосферного заповедника была интересным и полезным опытом для всех участников. Исполнители получили большое удовольствие быть причастными к такому замечательному проекту!

Список литературы

1. Кошман М. А. Методические подходы по созданию эскизных проектов благоустройства и экореабилитации городских озер / М. А. Кошман, Н. М. Мингазова // Материалы V Международной научно-практической конференции Грани гостеприимства Казань, 2023. С. 286–289.
2. Мингазова Н. М., Кошман М. А., Тукманова З. Г., Набеева Э. Г. Учебно-методическое пособие по разработке эскизных проектов благоустройства и экореабилитации городских водоемов. – Казань: КФУ, 2020. 42 с.
3. Курочкина В. А. Малые архитектурные формы в структуре открытых общественных пространств города / В. А. Курочкина, Е. К. Калиниченко, М. О. Белова // Вестник евразийской науки. – 2021. – Т. 13, № 5.

Maria Alexandrovna Koshman,
Senior Lecturer,
Kazan Innovation University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

DEVELOPMENT OF THE PRELIMINARY DESIGN OF THE ENTRANCE GROUP OF THE ARBORETUM

Abstract. On the basis of the Department of Design of the Faculty of Guide, KIU named after Timiryasov, work was carried out on the development of a draft design of the entrance group of the Volga-Kama Reserve. The article discusses the main project sheets.

References

1. Koshman M. A. Methodological approaches to the creation of draft projects for landscaping and ecorehabilitation of urban lakes / Koshman M.A., Mingazova N.M. // Materials of the V International Scientific and practical conference Facets of hospitality Kazan, 2023 - pp. 286-289.
2. Mingazova N. M., Koshman M. A., Tukmanova Z.G., Nabeeva E.G. Educational and methodological manual for the development of preliminary designs for the improvement and eco-rehabilitation of urban reservoirs. – Kazan: KFU, 2020. – 42 p.
3. Kurochkina V.A., Kalinichenko E. K., Belova M. O. Small architectural forms in open public spaces of the city. The Eurasian Scientific Journal, 13(5): 28NZVN521. Available at: <https://esj.today/PDF/28NZVN521.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 72.07

Крымская Олеся Леонидовна,
старший преподаватель,
Югорский государственный университет,
Ханты-Мансийск, Россия
Слободчикова Елизавета Алексеевна,
студент,
Югорский государственный университет,
Ханты-Мансийск, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МУРАЛОВ КАК ИНСТРУМЕНТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация. В статье освещается значимость муралов для развития индустрии гостеприимства. В статье представлены виды и характеристики муралов, а также рассматривается влияние этого вида искусства на создание комфортной городской среды и развитие туризма. Главная идея статьи заключается в том, что муралы значительно влияют на трансформацию городской среды, делая ее более привлекательной и интересной как для жителей, так и для туристов.

Развитие индустрии гостеприимства с каждым годом приобретает все большее значение. На сегодняшний день ее стараются активно развивать во всех регионах страны. Однако без появления инновационных идей интерес к туризму у людей медленно падает. Появляется необходимость находить новые способы, с помощью которых можно заинтересовать потенциальных потребителей туристских продуктов. Одно из решений данной потребности представляет собой быстро развивающееся направление монументального искусства – муралы.

В данной работе под «муралами» мы понимаем вид уличного искусства, характеризующийся яркими художественными изображениями на стенах архитектурных объектов. Муралы

от других видов искусства отличаются масштабностью – красочные изображения занимают всю поверхность, которую художник решил использовать для своей работы, а не определенный ее участок, куда обычно наносят граффити и другие виды уличного искусства. Также одной из особенностей муралов является наличие цели их нанесения на здание – это попытка донести определенную мысль автора.

На сегодняшний день все большую популярность приобретают фестивали и конкурсы уличного искусства, целью которых чаще всего является переосмысление городской среды. Так, в Москве прошел международный фестиваль «Культурный код», в Тольятти международный фестиваль «Цветной город», с 2017 года в Нижнем Новгороде проходит фестиваль «Место». Итогом всех подобных мероприятий является создание уникальных произведений, отражающих локальную идентификацию [1].

Еще одним популярным направлением применения муралов является использование цифровых технологий и создание «оживающих картин». Примеров такого использования может служить изображение слона в Солнечнодольске, который оживает за счет использования специального приложения [2].

В ходе исследования данной темы, были изучены научные работы, посвященные использованию муралов в регионах России. Например, Кокорина Е. Г. и Саввопуло К. А. в своей статье изучали муралы с копиями картин И. К. Айвазовского и рассмотрели вопрос преобразования городской среды за счет искусства. Вследствие чего они приходят к выводу, что «муралы становятся не только художественным выражением, но и средством обогащения городского пространства» [3]. Об успешном опыте работе с муралами и использовании муралов в проведении экскурсий по Петропавловску-Камчатскому говорится в статье Сибирцевой Е. И. [4].

Проанализировав разные муралы, мы выделяем основные тематические направления муралов:

1. Социальные. В тематике данных муралов представлена жизнь общества, его трудности, желания, потребности. Так, в Тюмени, на улице Сакко, стрит-арт художница Тина Прохорова создала мурал *Beauty in Difference*, своей работой она хочет донести до людей то, что сравнение себя с другими – саморазрушение, и нужно ставить индивидуальность превыше всего.

2. Патриотические. Главной темой данных муралов становится патриотическая тема, поднятие народного духа, сближение общества, воспоминания важных исторических событий, посвященные локальным темам и северу, а также истории о художниках и влиянии искусства на жизни людей. Так, в Салехарде появился мурал «Традиция побеждать», на котором изображена картина с русскими богатырями – воином Древней Руси, солдатами советских времен и современности.

3. Эстетически привлекательные. Цель данных муралов создание приятного эстетического вида улицы, за счет использования муралов. О примере такого применения муралов в Якутске написано в статье Иванова М. В., где отмечается, что муралы служат инструментом для «оживления сурового пейзажа» зданий, которые выглядят непрезентабельным образом [5].

4. Локальные. Данные муралы отражают культурный код города, его идентичные особенности и характеристики, свойственные определенной местности. Так, например, в Ханты-Мансийске созданы муралы, отражающие специфику города, картины на тему «Слияние Оби и Иртыша», «Беседка ротонда парка Б. Лосева», муралы с изображением местных животных.

Уникальность муралов заключается в том, что администрация города может сделать его своей туристической особенностью, которая не будет повторяться в других регионах за счет их оригинальных дизайнов. Это сделает каждый регион страны привлекательной туристической дестинацией как для путешественников из России, так и из-за границы. Так, например, в Мурманске туристам предлагают экскурсию «Мурманские муралы», на которой представлено более 30 муралов, на локальную тему и тему севера, а также на экскурсии рассказывают о художниках – авторах муралов. Другой пример – в республике Башкортостан, в городе Стерлитамак организуют экскурсию «Муралы на Стерле», на ней рассказывают об истории создания муралов в городе, которая основывается на реальных событиях.

Помимо прочего внедрение муралов также даст необходимый толчок для продолжения развития в регионе таких видов туризма как: культурный, религиозный, ностальгический, образовательный, благодаря разнообразию тематик муралов, перечисленных выше.

Рассматривая идею внедрения муралов в индустрию гостеприимства, необходимо проанализировать негативные аспекты использования муралов как аттракции для местных жителей. В ходе исследования, нами выделены следующие негативные аспекты: загрязнение городской среды туристами в зонах муралов; скопления людей в местах общего пользования в большей степени в числе зданий, на которых нанесены муралы; не все жители могут быть согласны с дизайнами муралов, вследствие чего их недовольства могут вылиться в публичные споры.

При этом стоит сказать о позитивных аспектах, таких как: культурное и эстетическое обогащение региона за счет распространения уличного искусства; просвещение жителей и туристов в исторические, географические и социальные аспекты города; сохранение наследия города, отображенного в муралах локальной направленности.

Также стоит обратить внимание на факторы, из-за которых муралы могут быть уничтожены. Одна из таких проблем нелегальное нанесение муралов. Иногда встречаются случаи нелегальных нанесений муралов на здания самостоятельными художниками, что противоречит закону. Вторая причина – это вандализм. Причинять ущерб муралам могут как местные жители, так и туристы, причинами такого поведения могут быть как личные причины, несогласие с идеей художника, так и деструктивное поведение.

Для того чтобы муралы стали частью туристской инфраструктуры и активно использовались как точки аттракции, необходимо учитывать мнение жителей города, например, можно проводить опросы, в которых обсуждается тематика мурала или предлагается выбор конкретного дизайна мурала. Одной из черт, направленных на идентификацию туристских дистанций, является создание муралов, поддерживающих локальный характер, и в целях достоверной передачи специфического колорита территорий можно сотрудничать с местными художниками, а также при создании муралов необходимо учитывать их расположение.

Одним этапом в продвижении туристских продуктов, в основе которых применяется показ муралов, может стать создание информационного сайта или добавление отдельной секции о муралах на туристском портале города, на которых представлена информация о художнике мурала и его художественном замысле. Для организации работы по применению муралов в туристской индустрии необходимо организовать сотрудничество с региональными туроператорами и экскурсоводами с целью включения объектов уличного искусства в свои маршруты.

Таким образом, применение муралов в индустрии гостеприимства является одним из инструментов для развития туризма. Использование муралов в качестве объектов показа на экскурсиях и проведение фестивалей уличного искусства набирает все большую популярность и является аттракцией для привлечения туристов в регионы. Муралы, как вид уличного искусства, влияют на улучшение эстетического восприятия города и создают уникальный туристский образ региона, отражающий локальную идентификацию и заложенный автором философский смысл.

Список литературы

Новикова, Я. В. Муралы как элемент формирования комфортной городской среды / Я. В. Новикова // Современные научные подходы в фундаментальных и прикладных исследованиях : Сборник статей всероссийской (национальной) научной конференции, Санкт-Петербург, 17 ноября 2023 года. – Санкт-Петербург: Гуманитарный национальный исследовательский институт НАЦРАЗВИТИЕ, 2023. – С. 7-9. – EDN: RJZTOZ.

Анфимова Е.Б. Возможности цифровых технологий архитектуры и дизайна в процессе преобразования городской среды / Е. Б. Анфимова, Я. В. Новикова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2021. – № 7–1(109). – С. 118–123. DOI: 10.23670/IRJ.2021.109.7.019. – EDN: ZGYASD.

Кокорина, Е. Г. Синтетичный характер взаимодействия уличного искусства и классической живописи (на примере муралов с копиями картин И. К. Айвазовского) / Е. Г. Кокорина,

К. А. Саввопуло // МедиаВектор. – 2023. – № 10. – С. 50–56. – EDN: NLQIU.

Сибирцева, Е. И. Граффити-объекты как ресурс для создания экскурсионного маршрута в городском пространстве Петропавловска-Камчатского / Е. И. Сибирцева // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2023. – Т. 9, № 4. – С. 71–87. – DOI: 10.18413/2408-9346-2023-4-0-6. – EDN: MJPMNS.

Иванов, М. В. Развитие экстремального туризма в пространстве культурного ландшафта Якутска / М. В. Иванов // Общество: философия, история, культура. – 2022. – № 5(97). – С. 208–212. – DOI: 10.24158/fik.2022.5.31. – EDN: TXKUQR.

Krymskaya Olesya Leonidovna,
senior Lecturer,
Yugra State University, Khanty-Mansiysk, Russia
Slobodchikova Elizaveta Alekseevna,
student,
Yugra State University, Khanty-Mansiysk, Russia

USING MURALS AS A TOOL FOR DEVELOPING THE HOSPITALITY INDUSTRY

Abstract. The article highlights the importance of murals for the development of the hospitality industry. The article analyzes its types and characteristics, and also examines the influence of this art on creating a comfortable urban environment and the development of tourism. The main idea of the article is that murals have a significant impact on the transformation of the urban environment, making it more attractive and interesting for both residents and tourists.

Keywords: mural, street art, development of tourism, hospitality

References

1. Novikova, Ya. V. Murals as an element of the formation of a comfortable urban environment / Ya. V. Novikova // Modern scientific approaches in fundamental and applied research : Collection of articles of the All-Russian (National) Scientific Conference, St. Petersburg, November 17, 2023. – St. Petersburg: Humanitarian National Research Institute of National Development, 2023. – Pp. 7–9. – EDN: RJZTOZ.

2. Anfimova E.B. Possibilities of digital technologies of architecture and design in the process of urban environment transformation / E. B. Anfimova, Ya. V. Novikova // International Scientific Research Journal. – 2021. – № 7-1(109). – Pp. 118–123. – DOI: 10.23670/IRJ.2021.109.7.019. – EDN: ZGYASD.

3. Kokorina, E. G. The synthetic nature of the interaction of street art and classical painting (on the example of murals with copies of paintings by I. K. Aivazovsky) / E. G. Kokorina, K. A. Savvopulo // MediaVector. – 2023. – No. 10. – Pp. 50–56. – EDN: NLQIU.

4. Sibirtseva, E. I. Graffiti objects as a resource for creating an excursion route in the urban space of Petropavlovsk-Kamchatsky / E. I. Sibirtseva // Scientific result. Business and service technologies. – 2023. – Vol. 9, No. 4. – Pp. 71–87. – DOI: 10.18413/2408-9346-2023-4-0-6. – EDN: MJPMNS.

5. Ivanov, M. V. The development of extreme tourism in the space of the cultural landscape of Yakutsk / M. V. Ivanov // Society: philosophy, history, culture. – 2022. – № 5(97). – Pp. 208–212. – DOI: 10.24158/fik.2022.5.31. – EDN: TXKUQR.

Мугаттарова Эльза Махмутовна,

студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова

Фахрутдинова Инесса Алековна,

доцент, к. арх.,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова

**ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНТРА СЕМЕЙНОГО ТВОРЧЕСТВА
«ГАИЛӘ УЧАГЫ – СЕМЕЙНЫЙ ОЧАГ» КАК СТРУКТУРНОГО ЭЛЕМЕНТА
СОСЕДСКОГО ПРОСТРАНСТВА ЖИЛОЙ ГРУППЫ ПО УЛИЦЕ ПРОСПЕКТ
ПОБЕДЫ ГОРОДА КАЗАНИ**

Аннотация. Данная статья посвящена новому типу общественного здания – центру семейного творчества «Гайлә учагы – Семейный очаг», разработанного автором для города Казани. В концепцию клуба автор закладывает функции, которые будут предназначены для совместного развития и проведения досуга членов семьи в малых социальных группах, ограниченных соседским пространством и вблизи проживания семьи, что будет позитивно влиять на укрепление семейных и соседских связей, а также даст новое качество повседневной жизни людей. Рассматриваемый проект является одним из ответов на задачу развития института семьи, повышения ценности семьи в общественном сознании, на проблему демографии, а также на цели развития общественных и соседских пространств жилой среды, способствующих устойчивому развитию поселений, а также формирующих восприятие пространства Казани как гостеприимной среды.

Ключевые слова: центр семейного творчества, семейный клуб, институт семьи, соседское пространство, гостеприимная жилая среда, устойчивое развитие территории, дизайн-концепция, функциональное зонирование

Ключевым направлением социально-экономической политики современной России является создание устойчивого и гармоничного пространства, способного удовлетворять социальные запросы населения. В условиях динамичных изменений в демографической ситуации и стремления к укреплению института семьи особенно актуальными становятся задачи, связанные с развитием местных сообществ и окружающей среды. Одним из основных элементов этого процесса является эффективная организация соседского пространства – территории, где жители могут взаимодействовать, проводить время вместе и активно участвовать в общественной жизни.

Соседское пространство представляет собой важный компонент городской среды, который не только облегчает взаимодействие между людьми, но и способствует формированию активных и сплоченных сообществ. Оно должно быть продумано и организовано таким образом, чтобы обеспечить жителям комфорт, безопасность и возможность для социальных контактов. Хорошо структурированное соседское пространство становится катализатором взаимодействия, где проводятся культурные, спортивные и образовательные мероприятия, что, в свою очередь, укрепляет связи между жителями и создает основу для устойчивого развития городской инфраструктуры.

Важную роль в этом контексте играют соседские центры, которые выступают в качестве площадок для общения и сотрудничества. Эти центры объединяют усилия местных жителей, предоставляя им возможность участвовать в управлении своими территориями и сосредотачиваться на решении общих задач. В результате, такие инициативы не только повышают качество жизни, но и формируют уникальную городскую идентичность, основанную на традициях и ценностях местного сообщества.

Еще одна проблема современного общества – снижение уровня рождаемости и изменения ценностей в институте семьи вне лучшей стороны. На наш взгляд, помочь изменить суще-

ствующие тенденции возможно через развитие соседских пространств и включения в их структуру социальных объектов таких, как центр творчества семьи, который типологически будет соответствовать зданиям клубов, но с направленностью на общение членов семьи друг с другом и с другими семьями.

Социальная концепция центра семейного творчества «Гаилэ учагы – Семейный очаг». Определение социальной роли центра творчества семьи (далее семейного клуба) возможно через выявление ценностей, которые могут формироваться в процессе функционирования семейного клуба. Их выявление важно для формирования концепции разрабатываемого объекта. Рассмотрим несколько аспектов, которые могут быть основными при формировании этих ценностей:

1. Профилактика разводов. Семейный клуб должен служить местом, где укрепляются связи между членами семьи. Ценности, связанные с поддержкой, уважением и любовью, играют основную роль. Клуб может стать платформой, где семьи могут совместно проводить время, обсуждать проблемы и находить решения.

2. Коммуникация и взаимодействие. Одной из задач клуба является создание пространства для общения и взаимодействия. Это может включать в себя организацию различных мероприятий, где семьи могут общаться, делиться опытом и заводить новые знакомства. Важное значение имеет и поддержка меж возрастных связей – вовлечение бабушек, дедушек и внуков в совместные активности.

3. Образование и развитие. Клуб можно рассматривать как площадку для повышения образовательного уровня его участников. Организация мастер-классов, тренингов и образовательных программ может способствовать улучшению навыков и знаний как родителей, так и детей. Важными темами могут стать педагогические приемы, семейная психология и финансы.

4. Здоровый образ жизни. Формирование культуры здорового образа жизни – еще одна важная ценность, которую следует внедрить в деятельность клуба. Это может проявляться через организацию спортивных мероприятий, занятий йогой, диетологических семинаров и других активностей, способствующих физическому и психическому благополучию.

5. Социальная ответственность. Семейный клуб может стать инициатором социальных проектов, способствующих улучшению жизни в местном сообществе. Это могут быть благотворительные акции, волонтерские программы и другие активности, в которых семьи могут участвовать вместе, формируя чувство ответственности и долга перед обществом.

6. Поддержка и ресурсы. Важно, чтобы клуб предоставлял своим членам ресурсы для решения различных жизненных задач. Это может быть поддержка в кризисных ситуациях, доступ к психологической помощи или юридической консультации. Наличие таких ресурсов повысит значимость клуба для его участников.

7. Культура и досуг создание пространства для культурного досуга также является важным направлением. Это может включать в себя организацию культурных вечеров, выставок, концертов и других мероприятий, способствующих обогащению культурного фона и развития творческих способностей.

Таким образом, социальная роль центра творчества семьи в следующем:

- укрепление семейных отношений и профилактика разводов;
- повышение уровня психологической культуры и культуры воспитания детей в семье;
- сохранение и укрепление здоровья в семье;
- организация досуга и творческого самовыражения семей.

Данные цели определяют программу деятельности клуба (мастер-классы, спортивные игры, театр, кружки, проведение праздников и т. п.), а также потребуют соответствующие деятельности пространства.

Архитектурная концепция центра семейного творчества «Гаилэ учагы – Семейный очаг». На основе социальной концепции мы создали функциональную программу семейного клуба «Гаилэ учагы – Семейный очаг» – функциональная организация внутреннего простран-

ства клуба должна учитывать разнообразие потребностей семей. Применение открытых, гибких пространств, которые могут адаптироваться под различные мероприятия, позволит создавать дружелюбную атмосферу. В здании можно предусмотреть:

- Зоны для занятий: классы для различных мастер-классов, репетиций, образовательно-воспитательных программ.
- Кафе или зона отдыха: где родители могут пообщаться, пока дети участвуют в активностях.
- Вечерние мероприятия: возможность проведения концертов или культурных событий, что сделает клуб живым и всегда актуальным.

Градостроительная концепция для семейного клуба – размещение семейного клуба в микрорайоне Азино-1 во дворе домов по улице Проспект Победы д. 140, д. 142 – обосновано тем, что данный объект планируется как ключевой элемент социальной инфраструктуры, что делает его доступным и видимым для всех жителей близлежащих домов. Важно, клуб находится внутри квартальной застройки, что обеспечивает его высокую посещаемость, создает условия для легкого и быстрого доступа к нему (рис. 1). Благоустройство предполагает создание удобных пешеходных маршрутов, что способствует комфортному передвижению. Важным аспектом является также создание комфортной, приятной городской и эстетичной среды вокруг клуба, включая:

- *Зоны отдыха и зеленые пространства*: открытые площадки, парковые зоны, где могут проводить время семьи с детьми, а также обеспечиваться спокойная атмосфера для отдыха.
- *Детские игровые площадки*: наличие таких площадок рядом с клубом позволит родителям оставлять детей под присмотром, если они участвуют в мероприятиях клуба.
- *Парковочные пространства*: для удобства семей, которые приезжают на автомобиле, следует предусмотреть обеспеченные парковочные места рядом с клубом.

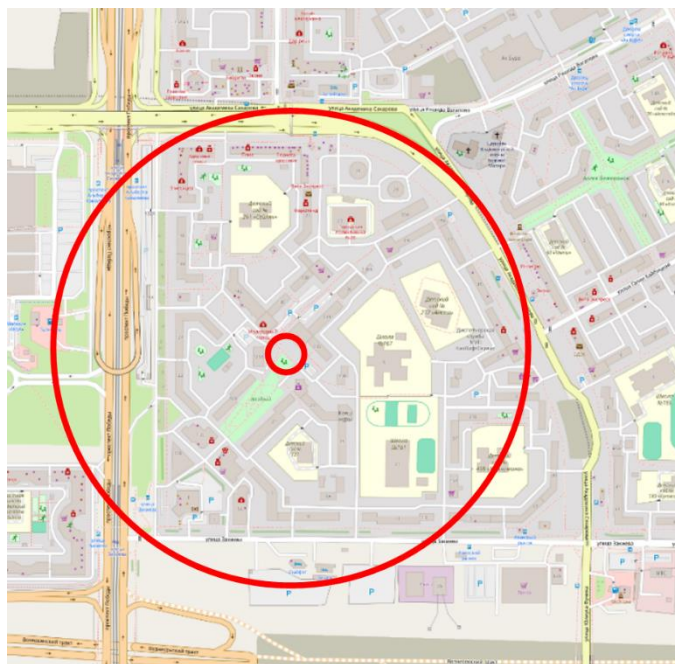


Рис. 1. Местоположение семейного клуба в жилой застройке

Планировочная концепция проектируемого объекта – для обеспечения функций, способствующих формированию крепких семейных связей, созданию активного сообщества и активному взаимодействию между родителями и детьми предлагается небольшое по площади здание. По эскизному проекту центра семейного творчества «Гаилэ учагы – Семейный очаг» площадь объекта составит 380 м², из которых 305 м² – это полезная площадь, обеспечивающая функциональность и удобство для посетителей. Здание двухэтажное: первый этаж включает

основные зоны для родителей и детей, второй этаж предполагает пространства для кружковых занятий и отдыха.

Функционально-планировочное решение первого этажа (рис. 2.):

- *Ресепшн* – зона, где посетители смогут получить всю необходимую информацию, а также зарезервировать места для мероприятий.
- *Комната матери и ребенка* – уютное пространство для отдыха, кормления и ухода за младенцами.
- *Гардероб и техническое помещение* – обеспечивают удобство для гостей и сотрудников.
- *Лестница на второй этаж* – выполнена с учетом удобного доступа для всех посетителей.
- *Санитарный узел для маломобильной группы населения* – важный элемент, обеспечивающий доступность клуба для людей с ограниченными возможностями.
- *Санузел* – для общего пользования.
- *Универсальный зал* – идеальное место для проведения мероприятий, концертов и театральных представлений.
- *Кафе-коворкинг* – пространство для отдыха, общения и работы, отличное место для семейных встреч и проведения времени в неформальной обстановке.

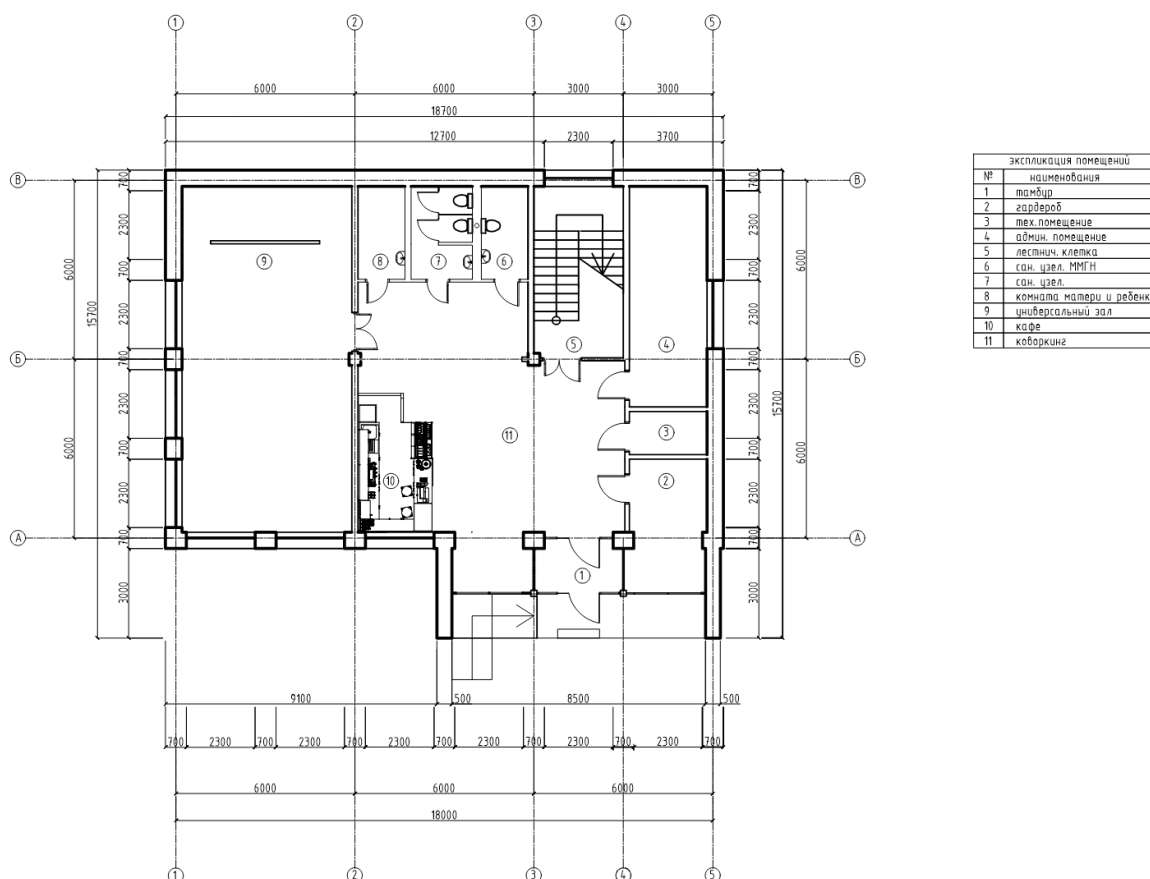


Рис. 2. План первого этажа

На втором этаже запланированы (рис. 3.):

- *Балкон* – площадка и зона для отдыха и ожидания.
- *Зона отдыха* – для расслабления и общения в рамках клуба.
- *Комната администрации* – служебное пространство для работы организаторов клуба.
- *Лестница на второй этаж* – обеспечивает легкий доступ ко всем вторичным зонам.
- *Санузлы* – удобные для посетителей второго этажа.

Комнаты для кружковых занятий – специальные пространства, оборудованные для различных занятий, таких как рукоделие, спорт, музыкальные занятия и другие активности. *Художественно-образная концепция* общественного здания включает в себя интерьеры и экстерьеры. Цвета на фасаде в основном имеют тепло-серые и темно-серые тона, что демонстрирует спокойствие. Большие панорамные окна на фасаде помогают качественно провести инсоляцию помещений. Также панорамные окна создают эффект масштабности экстерьера и интерьера. Декоративными элементами фасада являются конструкции в виде металлических жалюзи, которые представлены насыщенными цветами, они передают настроение радости и безмятежности.

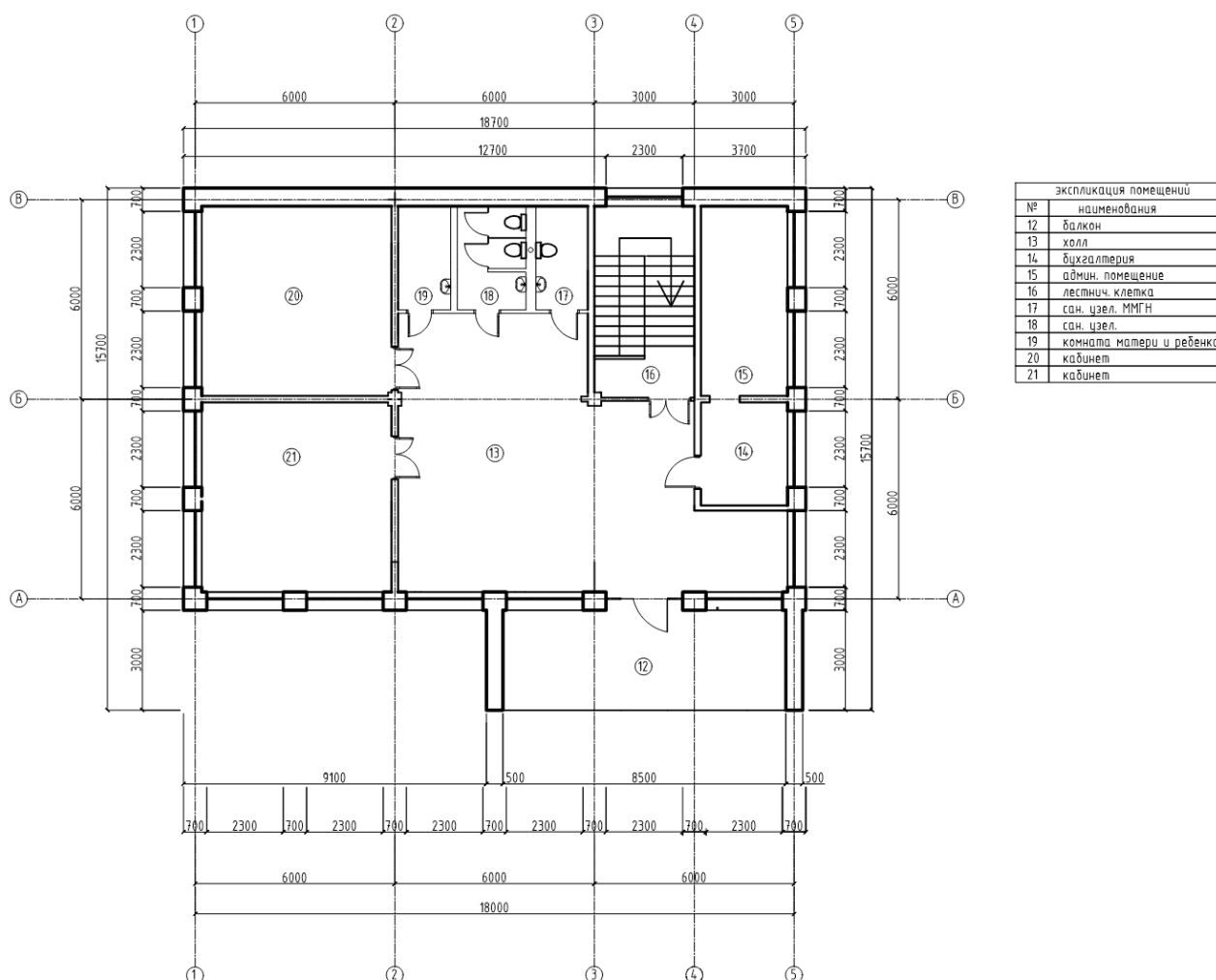


Рис. 3. План первого этажа

Экономическая концепция: экономическая модель здания семейного клуба может стать привлекательной для городских структур. Небольшая площадь объекта достаточно бюджетная, но может принести городу косвенный доход и социальный эффект:

– может создать рабочие места и предоставить возможности для малых бизнесов. Примеры таких бизнесов: кафе может обеспечить дополнительные источники дохода и привлекающий посетителей; кружки и мастер-классы для взрослых и детей (например, танцы, искусство, спорт); семейные мероприятия и организация праздников, дней рождения, и других мероприятий.

– может положительно повлиять на стоимость жилой недвижимости в данном районе. Увеличение удобств и досуговых возможностей делает местоположение более привлекательным для покупателей и арендаторов. Это может привести к повышению цен на недвижимость на 5–15 % в зависимости от других факторов.



Рис. 4. Визуализация экстерьера центра творчества семьи

Семейный клуб может повысить социальные взаимодействия в сообществе путем:

- увеличения количества общественных мероприятий;
- снижения уровня подростковой преступности;
- повышения взаимодействия между поколениями через совместные мероприятия и программы, что способствует социальной интеграции.

На основе вышеизложенного создание семейного клуба в жилом районе и частных застройках может оказаться выгодным как с точки зрения социальной, так и экономической составляющих. Привлечение инвестиций и активное участие местного сообщества в планировании и развитии клуба также может повысить шансы на успех. Рассмотрение этих аспектов поможет в разработке более глубокого финансового плана и модели для данного проекта.

В заключение можно отметить, что в дизайн-концепции центра семейного творчества проанализированы ключевые аспекты проектирования семейного клуба как инструмента для укрепления семейных отношений и улучшения экономических показателей на заданной территории. Создание такого клуба направлено на решение проблем взаимодействия в семье и развитии местного сообщества. Также важным является, что данный объект может стать структурным элементом соседского пространства, служащим основой для формирования активных сообществ и положительно влияя на устойчивые развития города. Дизайн-концепция семейного клуба, обеспечивая функциональное зонирование и удобство, может значительно способствовать созданию гармоничной и гостеприимной городской среды.

Список литературы

1. Чепурная, Т. А. Анализ проектирования семейного культурно-досугового центра в городе Волжский / Т. А. Чепурная. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 15(149). – С. 87–91. – URL: <https://moluch.ru/archive/149/42116> (дата обращения: 08.11.2024).
2. Городская среда в России: проблемы планирования и развития // Высшая школа урбанистики имени А. А. Высоковского URL: <https://urban.hse.ru/news/196828612.html> (дата обращения: 08.11.2024).
3. Открытое общественное пространство внутри микрорайона – и двор, и улица одновременно // DI GROUP URL: <https://digroup.pro/news/otkrytoe-obshhestvennoe-prostranstvo-vnutri-mikrorajona-i-dvor-i-ulitsa-odnovremenno> (дата обращения: 08.11.2024).

Mugattarova Elsa Makhmutovna,
student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

Fakhrutdinova Inessa Alekovna,

Associate Professor, Candidate of Architecture,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

THE DESIGN CONCEPT OF THE FAMILY CREATIVITY CENTER "GAIL UCHAGI – FAMILY HEARTH" AS A STRUCTURAL ELEMENT OF THE NEIGHBORHOOD SPACE OF A RESIDENTIAL GROUP ON PROSPEKT POBEDY STREET IN KAZAN

Abstract. This article is devoted to a new type of public building – the center of family creativity "Gail Uchagi – Family hearth", developed by the author for the city of Kazan. In the concept of the club, the author lays down functions that will be designed for the joint development and leisure of family members in small social groups limited by neighborhood space and close to family residence, which will positively affect the strengthening of family and neighborhood ties, as well as give a new quality to people's daily lives. The project under consideration is one of the answers to the task of developing the institution of the family, increasing the value of the family in the public consciousness, to the problem of demography, as well as to the development of public and neighboring spaces of the residential environment, contributing to the sustainable development of settlements, as well as forming the perception of the space of Kazan as a hospitable environment.

Keywords: family creativity center, family club, family institute, neighborhood space, hospitable living environment, sustainable development of the territory, design concept, functional zoning

References

1. Chepurnaya, T. A. Analysis of the design of a family cultural and leisure center in the city of Volzhsky / T. A. Chepurnaya. – Text : direct // Young scientist. – 2017. – № 15(149). – Pp. 87–91. – URL: <https://moluch.ru/archive/149/42116/> / (date of access: 08.11.2024).
2. Urban environment in Russia: problems of planning and development // A. A. Vysokovsky Graduate School of Urban Studies URL: <https://urban.hse.ru/news/196828612.html> (date of access: 08.11.2024).
3. Open public space inside the neighborhood – both the courtyard and the street at the same time // DI GROUP URL: <https://digroup.pro/news/otkrytoe-obshhestvennoe-prostranstvo-vnutri-mikrorajona-i-dvor-i-ulitsa-odnovremenno/> / (date of access: 08.11.2024).

Мухутдинов Радик Фаридович,

к. п. н., доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

ЭСТЕТИЧНАЯ СРЕДА – ВЕДУЩИЙ ФАКТОР СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ГОСТЕПРИИМНОГО ПРОСТРАНСТВА

Аннотация. В статье рассматривается эстетическая составляющая как основная категория при формировании гостеприимного пространства в целом и предметного мира в частности. Автор показывает, что в этом ракурсе наибольшую актуальность приобретает деятельность специалистов творческих направлений, таких как дизайнеры, архитекторы, декораторы, художники. Делается акцент на психологию труда и деятельности, направленную в первую

очередь на создание социально-культурных ценностей, а также эстетический аспект любого пространства для жизнедеятельности общества, включая предметный мир.

Ключевые слова: эстетичная среда, культурные ценности, гостеприимная среда, эстетичное пространство, эстетичный предметный мир

В настоящее время в обществе понятие «гостеприимство» ассоциируется, в основном, с угощениями, богато накрытым столом, музыкой, концертами и другими мероприятиями, направленными на создание позитивного впечатления у присутствующих (гостей). Однако это лишь малая составная часть процесса создания гостеприимного имиджа как системного явления. Важнейшую роль здесь играет организация архитектурного и интерьерного ландшафта, его эстетические составляющие – внешний архитектурный облик зданий и сооружений, благоустройство прилегающих территорий, эстетичные интерьеры и предметы, элементы и аксессуары, детали и т. д. Однако сегодня в большинстве случаев творческая деятельность специалистов по устройству эстетичной, высокоорганизованной среды крайне недооценена, что и позволяет рассматривать данный аспект как проблему нашего исследования.

Красота предметного мира и окружающего пространства волновала многих исследователей, начиная еще со времен зарождения научного знания. В период процветания древнегреческой культуры возникает понятие эстетика (греч. *aisthetikos* – ощущение, чувство). Изначально смысл данного термина трактовался, как способность выполнить определенную работу с удовольствием, получить наслаждение от процесса производства и конечного результата труда. Несколько позже эстетика, как научное знание, стало одним из научных направлений философии. Наряду с этим появляются созвучные понятия эстетизм и эстетство, которые обозначают высокий и утонченный уровень качества художественного мышления, восприятия и чувственного отражения таких категорий как прекрасное, возвышенное, изящное, изысканное и т. д. [1].

Действительно, духовно-нравственные переживания и уровень развития, в этом смысле, общественного сознания играют значительную роль в области становления культуры общества в целом. Наряду с общими характеристиками оценки качества среды приобретают актуальность и вопросы, связанные с психологией восприятия, творчества, труда. По мнению О. Ю. Голубевой, трудовая деятельность, направленная на создание эстетичных продуктов, расширяет сферу воздействия результатов данной деятельности не только на потребителя конечного продукта, но и на самого автора. Творческая деятельность позволяет получить эстетическое удовлетворение от процесса проектирования, практической реализации проектного решения и изготовления готового продукта, и наконец, от потребительской реакции на конечный результат [2].

Благодаря нахождению в эстетичной среде, будучи окруженным красивыми предметами быта, произведениями искусства и так далее, создаются предпосылки для формирования эстетического вкуса, то есть определенной способности к восприятию и оценке красоты как системного явления. Эстетический вкус – это тонкая и подвижная субстанция духовно-нравственных ценностей и переживаний личности, позволяющая не только чувственно воспринимать пространство, и предметный мир, но также развивать, расширять эти способности путем накопления определенных знаний, исследований в различных сферах культурной деятельности [1]. Совокупность таких знаний можно обозначить как эстетический опыт – то есть способность рассмотреть, проанализировать и сделать определенные выводы с переходом к понятиям приятное, прекрасное и возвышенное.

Любопытными в данном ракурсе представляются исследования некоторых отечественных ученых в области накопления культурных эстетических ценностей и характер движения этих продуктов во времени с изменением их социокультурного статуса. Например, объекты средового дизайна, созданные еще в первом тысячелетии нашей эры, имевшие в свое время утилитарное назначение, по истечении достаточно большого количества времени становятся объектами исторического культурного наследия. Требуют соответствующего к себе отношения в виде сохранения, реставрации и использования как памятника культуры или по прямому

их назначению. Соответственно, данные объекты осуществляют движение во времени и меняют свой статус в динамике от приятно утилитарного, к эстетически прекрасному и далее к возвышенному [4].

Наряду с эстетическими категориями предметного мира значительный интерес представляют исследования в области проектирования пространства архитектурной среды в условиях исторически сложившейся застройки. Работа в этой сфере предполагает серьезные аналитические исследования по истории данных территорий, функционального назначения существующих архитектурных объектов и малых форм, а также ранее утраченных памятников древнего зодчества. Здесь исследователи из МГАХИ им. В. И. Сурикова выделяют две основные категории территорий, это: смешанная жилая и общественная застройка, и историческая промышленная архитектура. В рамках учебного проектирования, в данном вузе, выполняются инновационные проекты по указанным направлениям. В процессе работы формируется глобальная идея проектного решения, куда входят следующие задания: реконструкция отдельных зданий и сооружений, благоустройство прилегающих территорий, создание новых архитектурных и скульптурных арт-объектов. При этом учитываются исторические корни данных территорий и соответственно подбираются материалы для конструкций, а также внешней и внутренней отделки. В конечном итоге авторы проекта получают гармоничное решение, которое органично связывает историю, современные технологии и эстетические тенденции [3].

В создании образа гостеприимного пространства существенную роль играет интерьер, как среда, где обычно человек проводит наибольшее количество времени. Помимо температурно-влажностного режима и качества воздушной среды большое значение придается эстетической составляющей. Здесь ведущая роль отводится вопросам естественной инсоляции и защите от солнечного света, цветовому колористическому решению, подбору мебели, искусственному освещению и наглядному оформлению внутреннего пространства. В качестве примера можно привести проект оформления типовой аудитории в Казанском инновационном университете имени В. Г. Тимирязова.

Основная идея проекта состоит в отражении истории возникновения, становления и дальнейшего расширения организации BRICS, а также саммита, прошедшего в Казани в октябре 2024 года. Автор проекта Д. Д. Ефимов предложил в качестве основных цветов белый, серый, красный и синий. Эти цвета легли в основу цветового решения стен и основных элементов инфографики. Аудитория имеет в плане простую прямоугольную форму и главную композицию с историей организации на торцевой стене (рис. 1), где фон синий, а основу инфографики составляет набор геометрических элементов с различной дистанцией отступа от стены, что создает эффект барельефа и придает всей композиции определенную пластичность. Усиление данного эффекта достигается при помощи точечного, направленного освещения на основные композиционные группы с фотографиями и информационными текстами.



Рис. 1. Основная стена с историей создания организации BRICS

Экспозиция начинает свое развитие слева направо, и вначале обозначаются первые годы возникновения генеральной идеи данного объединения в 1999 году. Далее четко прослеживается горизонтальная линия с указанными на ней ключевыми датами знаковых мероприятий по расширению самой организации и сфер ее влияния в мире. Главные события акцентируются арочными элементами с включенными в них информационными фотографическими и текстовыми материалами. Также здесь имеются кодовые символы для перехода в цифровой формат на специальные интернет ресурсы. В верхней части композиции размещаются логотип BRICS и лента с флагами государств участников объединения.

Другая стеновая поверхность располагается напротив основной стены и здесь располагается два изображения. Первое – с портретом президента Российской Федерации В. В. Путина и цитатой из его выступления. Второе – с картой мира, где отражены страны члены и кандидаты (участники) саммита BRICS–2024. Также вдоль данной стены размещен проекционный экран и флажная композиция из девяти флагов стран членов организации (рис. 2).



Рис. 1. Стена с портретом президента РФ В. В. Путина, картой мира

Боковая стена около входной двери включает информацию о великих людях, деятельность которых созвучна идеям организации BRICS, а также цитаты и портреты этих выдающихся деятелей политики, культуры и искусства. Под портретами размещены квадратные полочки с литературным наследием этих авторов (рис. 3).



Рис. 3. Боковая стена с цитатами и портретами выдающихся деятелей политики, культуры и искусства

Поверхность четвертой стены имеет простенок, где располагается графическая композиция с надписями, отражающими основные идеологические ценности организации (рис. 4).

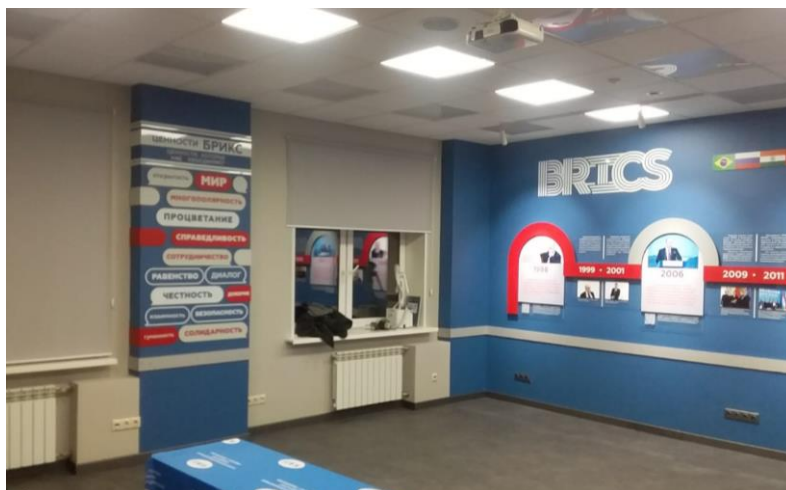


Рис. 4. Простенок с надписями

Входная часть аудитории оформлена с применением информационного стенда с цитатами политических деятелей Российской Федерации К. Лаврова и С. Рябкова (рис. 5).



Рис. 5. Входной информационный стенд

Таким образом, помещение готовилось к встрече почетных гостей, приуроченной к торжественному подписанию соглашения о сотрудничестве между КИУ и РОО БРИКС «Мир традиций». Высокий уровень качества проектной работы и практического исполнения показал актуальность вопросов создания эстетичной среды для формирования образа гостеприимного пространства. Именно эстетичная среда накладывает отпечаток на восприятие пространства как комфортного, информативного и доброжелательного. Деятельность специалистов творческих направлений, обеспечивает выполнение работы по практической реализации эстетичного пространства и создает все условия для этого.

При выполнении проектов подобного рода всегда затрачивается огромное количество энергии, эмоциональных и временных ресурсов. Авторы, помимо архитектурно-художествен-

ной составляющей проекта, проводят большой объем аналитической и исследовательской работы, согласовывают все тексты, отдельные нюансы и детали проекта, вносят правки и изменения.

Следовательно, деятельность специалистов, в данном случае архитекторов и дизайнеров, показывает значимость данной работы в области создания гостеприимной среды и обеспечивает формирование положительного гостеприимного имиджа принимающей организации.

Список литературы

1. Власов В. Г. Иллюстрированный художественный словарь. – СПб.: АО «Икар», 1993. – 272 с.
2. Голубева О. Ю. Психология труда: учебное пособие. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2014. – 192 с.
3. Трибельская Е. Г., Попова Д. Д. Сохранение Genius Loci при развитии открытых общественных пространств в исторической городской среде // Эстетические проблемы дизайна среды. Сборник к 270-летию Московского университета: сборник статей / отв. ред. Е. А. Кондратьев. – М.: МАКС Пресс, 2024. – С. 120–128.
4. Янушевская Е. В. Историческая ценность – уникальность – воображение: почему время превращает «приятное» в «прекрасное» // Эстетические проблемы дизайна среды. Сборник к 270-летию Московского университета: сборник статей / отв. ред. Е. А. Кондратьев. – М.: МАКС Пресс, 2024. – С. 19–24.

Mukhutdinov Radik Faridovich,

Ph.D., Associate Professor,

Kazan Innovation University named after V. G. Timiryasov,

Kazan, Russia

AESTHETIC ENVIRONMENT – A LEADING FACTOR IN CREATING A WELCOMING SPACE

Abstract. The article considers the aesthetic component as the main category in the formation of a hospitable space in general and the subject world in particular. The author shows that in this perspective, the activities of specialists in creative areas, such as designers, architects, decorators, artists, are most relevant. Emphasis is placed on the psychology of work and activities aimed primarily at creating socio-cultural values, as well as the aesthetic aspect of any space for the life of society, including the subject world.

Keywords: aesthetic environment, cultural values, hospitable environment, aesthetic space, aesthetic object world

Мухутдинов Радик Фаридович,

доцент кафедры дизайна, к. п. н.,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия,

Сибишова Ляйсан Фаиловна,

студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия,

Шухратова Луиза Шухратовна,

ст. преподаватель, зам. зав. кафедры дизайна по проектной деятельности,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ ИГРОВОГО КОНСТРУКТОРА ДЛЯ ДЕТЕЙ «МУРАВЬИШКА»: ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается способ организации образовательного досуга детей дошкольного возраста в системе предприятий индустрии туризма. Раскрываются вопросы формирования личности детей путем обучения их конструированию. Авторами был разработан оригинальный конструктор насекомых по мотивам сказки Виталия Бианки, а также обосновывается необходимость внедрения методики работы с деталями для развития детей. В заключении делается вывод о том, что использование конструктора насекомых – это приятный, образовательный досуг для дошкольников.

Ключевые слова: обучение детей, развитие дошкольника, детский конструктор, конструирование, моделирование

Конструирование (лат. *construere* – строю, создаю) – творческая деятельность, основанная на специальных знаниях, умениях и навыках, направленных на создание эстетической предметной среды и построение системы общечеловеческих культурных ценностей. Возникновение художественного конструирования, как отдельного вида деятельности, можно отнести к началу XX в., однако предпосылки для его появления появились несколько раньше в эпоху перехода от ручного труда к техническому производству. В нашей стране активное исследование и практическое применение методов художественного конструирования было заложено учеными, инженерами И. И. Рербергом, В. Г. Шуховым, Я. А. Столяровым, П. И. Страховым и другими.

После глобальных перемен 1917 г. важной вехой на пути к современному пониманию художественного конструирования, стало создание ВХУТЕМАСа, с деятельностью которого были связаны основные теоретические и практические положения таких научных направлений как: техническая эстетика и производственное конструирование. В послевоенные годы в стране, которая восстанавливалась после кризиса военного времени, основной упор делался на тяжелое машиностроение. Однако согласно постановлению Совета Министров СССР «Об улучшении качества продукции машиностроения и товаров культурно-бытового назначения путем внедрения методов художественного конструирования» [1], такой специфический вид деятельности как художественное конструирование постепенно приобретает актуальность на официальном уровне.

Есть мнение, что без художественного творчества, конструирования невозможно создание, сохранение и дальнейшее развитие человеческой цивилизации. Именно в процессе творческой деятельности включаются важные воспитательные, образовательные технологии, человек растет, постепенно формируется и осознает себя как творческую личность [2]. Важно начиная с самого раннего возраста прививать человеку основы знаний по конструкторской деятельности и творческому гибкому мышлению [3]. Следовательно, необходимо применение определенных методов обучения творческому художественному конструированию.

Методы обучения в педагогической теории и практике имеют достаточную разработанность, и многие отечественные ученые занимались их исследованием. Так, например, видный ученый Ю. Бабанский, давая определение, называл методом обучения «способ упорядоченной взаимосвязанной деятельности преподавателя и обучаемых, деятельности, направленной на решение задач образования, воспитания и развития в процессе обучения» [4. С. 205]. По мнению Е. А. Флериной, именно игровые методы обучения позволяют в полной мере обеспечить выполнение поставленной учебной задачи в состоянии психолого-эмоциональной заинтересованности и активности детей [5]. К одному из наиболее популярных методов обучения принято относить рассказ, как наиболее эмоциональный способ словесного воздействия на учащегося. Рассказ, в качестве метода обучения, может оказывать достаточно сильное воздействие на человека, так как педагог вкладывает в него свое эмоциональное отношение к освещаемым вопросам.

Естественно, набор и само содержание методов обучения могут меняться, адаптироваться к социально-культурным преобразованиям, происходящим в обществе. Можно предположить, что некоторые из современных методов обучения дают возможность направлять в нужном направлении не только интеллектуальную активность детей, но и моторную. Именно моторные виды творческой активности способствуют формированию творческого мышления, построению определенных логистических цепочек, регулируют способы восприятия, что особенно важно в ходе игрового конструирования, где эти процессы протекают в сознании ребенка наиболее интенсивно.

В современных условиях учащийся может занимать активную позицию в процессе обучения и самостоятельно вести познавательную работу. Это достаточно актуально в деятельности связанной с творческой активностью, сборкой, конструированием, исследованием, где есть возможность применить принцип вариативности и подбора нужных компонентов, деталей или элементов. Такая работа может особенно эффективно отражаться на развитии детей именно дошкольного и младшего школьного возраста, которые сегодня проводят большое количество времени в цифровом пространстве и соответственно слабо развиваются в других сферах. Рассматривая такую деятельность, как «конструирование», можно предположить, что именно игры и занятия с конструктором позволяют в интересной для ребенка форме развить у него усидчивость, стремление к познанию, умение планировать свою деятельность и добиваться результата.

Анализируя практический опыт работы некоторых предприятий туристической сферы выявлено, что не всегда в гостиницах имеются специально оборудованные детские комнаты. Для некоторых туристов может возникнуть ситуация, когда необходимо отдельное пространство для их детей, игровая комната в которой дети могли бы провести время под присмотром педагога. Обобщая отдельные вопросы и проблемы в развитии дошкольников, нами предложено внедрение игровых комнат и авторского конструктора «Муравьишка» в качестве одного из вариантов практичного и интересного досуга для детей на предприятиях туристической отрасли, а именно в гостиницах и отелях.

Продуманные и системные занятия с конструктором «Муравьишка» могут развить креативные навыки у ребенка, учат состраданию и бережному отношению к природе. Прототипом игрового конструктора стал одноименный персонаж и его друзья из произведения Виталия Бианки «Как Муравьишка домой спешил» [6]. Вначале предлагается прочтение сказки, которое знакомит ребенка с разнообразным миром насекомых и основной мыслью о том, как важно помогать слабым и быть внимательным к окружающему миру. После прочтения сказки, занимаясь с конструктором, происходит погружение ребенка в более углубленные знания о насекомых, дети начинают понимать, как они устроены и для чего им нужны те или иные части тела. Также предполагается, что во время игры педагог рассказывает о том, как важно бережно относиться к природе и ее крохотным созданиям.

Детали конструктора, его упаковка сделаны из безопасных материалов как для детей, так и для экологии, а также коробка может служить удобным местом хранения деталей конструктора, что развивает привычку держать свои игрушки в порядке (рис. 1).



Рис. 1. Визуализация упаковки конструктора

Каждый набор оснащен деталями к определенному персонажу-насекомому и карточкой героя, что позволяет ребенку фиксировать интересные факты, которые он запомнил во время занятия (рис. 2).

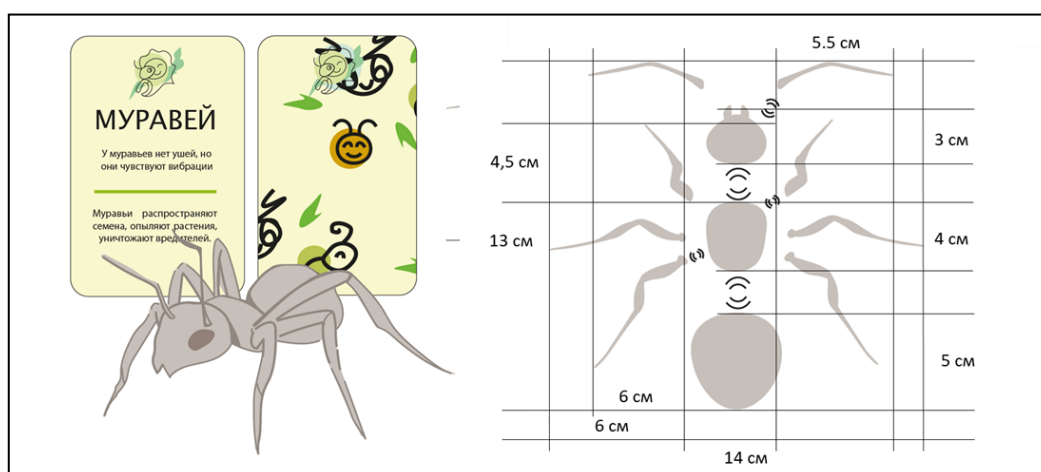


Рис. 2. Визуализация конструкции персонажа-героя «Муравей»

Все детали конструктора имеют магнитные соединения. На местах соединения находятся спрятанные магниты, как внутри деталей тельца, так и различных его частей: крыльев, лапок, усов. Такая конструкция с легкостью позволяет ребенку присоединять и разъединять различные детали между собой (рис. 3).

В процессе занятия ребенок поочередно присоединяет сначала одни части тела насекомого, а затем другие, узнавая при этом, для чего они нужны и как это помогает выживать в природе тем или иным видам.

По окончании занятия детям предлагается перемешать детали нескольких разных насекомых, а после самостоятельно собрать тот вид, который будет объявлен педагогом. Поначалу дети будут пробовать скреплять совсем неподходящие детали, но путем проб и ошибок, а также после тщательного изучения деталей, коммуникации с другими детьми, в итоге придут к верному решению и соединят, например, все лапки, усы и части тельца муравья в единую фигуру.

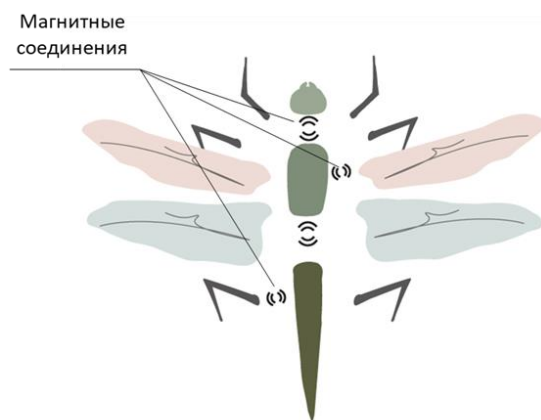


Рис. 3. Схематичная визуализация расположения магнитных соединений

Конструирование как игровой метод обучения позволяет развивать у детей повышенный интерес к природе и ее устройству, положительные эмоции, помогает концентрировать внимание на учебной задаче, которая становится не навязанной извне, а желанной, личной целью. Решение конструкционной задачи в процессе игры сопряжено с меньшими затратами нервной энергии и определенными волевыми усилиями.

Чувственные образы, представления детей об окружающем мире являются важными компонентами процесса игрового конструирования. В этом ракурсе достигается работа принципа наглядности и осознанности. Знания должны быть осознаны детьми, а для этого необходима высокая познавательная активность, иначе материал может быстро забываться. Исходя из этого, учет вопросов осознанности и творческой активности в процессе игрового конструирования выходят на первый план. Учебная конструкторская деятельность должна привлекать детей, приносить им радость и удовольствие. Поэтому с раннего детства следует воспитывать у человека познавательные интересы, развивать и стимулировать именно те психические функции, которые поддерживают активность этих интересов на протяжении долгого времени [7].

Игровое конструирование в качестве метода обучения переносит учебное действие в некую условную область, которая задается соответствующим сценарием [8]. Важная особенность данного метода заключается в том, что для ребенка желательно максимально полное вхождение в ситуацию игрового конструирования. Для педагога также важно свободное владение методами конструирования, что дает ему возможность полного погружения в процесс и позволяет непринужденно общаться с детьми, отмечать их движения и действия, замечать психологическую реакцию на удачное или неудачное решение задачи, использовать эмоциональную мимику, жест, речь. Таким образом, педагог напрямую включается в процесс игрового конструирования, что может привести к отказу от явного учебного влияния на ребенка. В качестве отдельного элемента в процессе игрового конструирования может использоваться воображаемая ситуация с игровыми действиями и соответствующими деталями, когда ребенок может придумать свой собственный сценарий новой игры с участием вновь собранных персонажей. Обучение с помощью конструктора «Муравьишка» может работать именно в такой, достаточно гибкой и пластичной форме, позволяющей развивать не только моторные функции ребенка, но и творческое воображение, креативное мышление, а также нравственные качества, важные в начале формирования личности.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод о том, что метод игрового конструирования с применением игрового конструктора «Муравьишка» может привести к достижению позитивных результатов и при этом решаются следующие образовательные и бытовые задачи:

Формирование у детей новых знаний и умений, способностей к объемно-пространственному мышлению, представлений о гармоничном существовании окружающей флоры и фауны.

Развитие мелкой моторики, духовно-нравственных и творческих способностей. Игровое конструирование, как метод обучения, дает возможность дошкольникам лучше понимать содержание учебного задания, научиться коммуникации с другими детьми и определенной гибкости мышления, позволяет работать креативно, и придумывать новые сюжеты, разрабатывать индивидуальные сценарии с участием ранее собранных персонажей.

Создаются комфортные условия для гостей отелей, так как дети находятся в определенной части здания, под присмотром взрослого педагога и не будут мешать другим посетителям.

Освобождается некоторое время для родителей. Подобное мероприятие придаст родителям дошкольников уверенность и подарит ощущение безопасности детей.

Список литературы

1. Шайтура С. В. Моделирование и конструирование. Славянский форум, 2019. – № 1(23). – С. 68–79.
2. Голубева О. Ю. Профессиональное и творческое Я у студентов творческих вузов. Мир педагогики и психологии: международный научно-практический журнал, – 2022. № 09(74). [Электронный ресурс]. URL: <https://scipress.ru/pedagogy/articles/professionalnoe-i-tvorcheskoe-ya-u-studentov-tvorcheskikh-vuzov.html> (дата обращения: 21.11.2024).
3. Шайтура С.В. Взаимосвязь конструирования и моделирования. Конструкторское бюро, 2019. – № 3. – С. 21–31.
4. Бабанский Ю. К. Методы обучения в современной общеобразовательной школе. Сер: Библиотека учителя по общим проблемам теории обучения и воспитания. – М.: Просвещение, 1985. 208 с.
5. Флерица Е. А. Эстетическое воспитание детей дошкольного возраста. – М.: Просвещение, 1980. – С. 303–307.
6. Бианки В. Рассказы о природе. – М.: Родничок, 2020, - 181 с.
7. Герасимова Е. А. Учебная деятельность в дошкольном возрасте / Е.А. Герасимова // Приоритетные направления развития науки в современном мире: сборник научных статей по материалам IX Международной научно-практической конференции, Уфа, 15 ноября 2022 года. – Уфа: Вестник науки, 2022. – С. 276–281.
8. Микляева Н. В., Маринюк А. А., Виноградова Н. А. [и др.]. // Методика обучения и воспитания в области дошкольного образования: учебник и практикум / – 1-е изд. – Москва: Юрайт, 2015. – 433 с.

Sibishova Luaisan Failovna,
student,

Kazan Innovation University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

Mukhutdinov Radik Faridovich,
Associate Professor, Ph.D.,

Kazan Innovation University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

Shukhratova Louise Shukhratovna,

Senior lecturer, Deputy Head of the Department of Design for Project Activities,
Kazan Innovation University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

EDUCATION OF CHILDREN BY METHOD OF GAME CONSTRUCTION IN THE SYSTEM OF ENTERPRISE OF TOURISM INDUSTRY

Abstract. The article considers a way to organize educational leisure activities for preschool children in the system of tourism industry enterprises. Issues of children's personality formation by means of their construction training are disclosed. The authors developed an original insect designer based on the fairy tale by Vitaly Bianchi, and also substantiates the need to introduce a methodology

for working with details for the development of children. The conclusion is that the use of the insect constructor is a pleasant, educational leisure for preschoolers.

Key words: children's education, preschooler's development, children's designer, construction, modeling

References

1. Shaitura S. V. Modeling and construction. Slavic Forum, 2019. – № 1(23). – Pp. 68–79.
2. Golubeva O. Y. Professional and creative self among students of creative universities. The World of Pedagogy and Psychology: an international scientific and practical journal, 2022. № 09 (74). [Electronic resource] Access mode: <https://scipress.ru/pedagogy/articles/professionalnoe-i-tvorcheskoe-ya-u-studentov-tvorcheskikh-vuzov.html> (date of request: 11/21/2024)
3. Shaitura S.V. Interrelation of design and modeling. Design Bureau, 2019, No. 3, pp. 21–31
4. Babansky Yu.K. Teaching methods in modern secondary schools. Ser: Teacher's Library on general problems of the theory of education and upbringing. Moscow: Prosveshchenie, 1985. 208 p.
5. Fleerina E.A. Aesthetic education of preschool children. Moscow: Prosveshchenie, 1980. Pp. 303–307.
6. Bianchi V. Stories about nature. Moscow: Rodnichok, 2020, 181 p.
7. Gerasimova E.A. Educational activities in preschool age / E.A. Gerasimova // Priority areas of science development in the modern world: A collection of scientific articles based on the materials of the IX International Scientific and Practical Conference, Ufa, November 15, 2022. Ufa: Bulletin of Science, 2022. Pp. 276–281.
8. Miklyaeva N.V., Marinyuk A.A., Vinogradova N.A. [and others] // Methods of teaching and upbringing in the field of preschool education: Textbook and practicum. – 1st ed. – Moscow: Yurayt, 2015. – 43 3s.

УДК 74.01/.09

Мухутдинов Радик Фаридович,
архитектор, к. п. н., доцент кафедры дизайна,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия,
Сидакова Дарья Георгиевна,
студент,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ДИЗАЙН УПАКОВКИ ТОВАРОВ В СТИЛЕ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРНОЙ ТРАДИЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются элементы китайской культуры, такие как каллиграфия и чайная церемония. Проведен анализ изобразительного и прикладного искусства Китая, где традиционные орнаменты стали главными идейными вдохновителями при создании дизайна упаковок, и разработки логотипа бренда. Представлены возможные варианты упаковок, подобранные под различные виды товаров. Авторами проведен сравнительный анализ отдельных культурных традиций России и Китая, с целью выявления сходств и некоторых различий.

Представлен проект упаковки товаров в стиле китайской культурной традиции под торговой маркой *Chinese Soul* / «Душа Китая», а также отмечены возможные направления развития данного бренда на территории России.

Ключевые слова: каллиграфия, чайная церемония, культура Китая, дизайн упаковок

Россия и Китай – это соседствующие государства с общей сухопутной границей, протяженностью более четырех тысяч километров, что делает ее одной из самых больших границ в мире. Взаимоотношения двух стран, на протяжении многовековой истории, не всегда были однозначными и порой носили разноплановый характер. Были периоды нейтрального отношения друг другу, а также были и вполне серьезные конфликты. Например, в конце 60-х годов XX века противоречия достигали значительного накала, вплоть до военного противостояния.

В настоящее время взаимоотношения между Китаем и Россией можно охарактеризовать как добрососедские. Также следует отметить и тесное стратегическое сотрудничество двух стран в таких сферах, как: экономика, политика, оборона, наука и культура. При этом взаимодействие в области культуры является одним из ключевых аспектов сближения. Например, М. А. Пономарев в своих исследованиях выделяет активные процессы взаимодействия России и Китая, в ракурсе сотрудничества в области культуры и образования [1]. Исследователь акцентирует внимание на совместных культурно-образовательных проектах, таких как «Год России в Китае – 2006» и «Год Китая в России – 2007». Российский ученый И. Ряснов, в своей работе «Культурное сотрудничество России и Китая в XXI веке» также провел анализ современных аспектов двустороннего сотрудничества, акцентируя внимание на культурных обменах, совместных научно-исследовательских мероприятиях, которые способствуют укреплению дружбы между народами [2].

Культура, в широком понимании этого слова – это исторически сложившийся образ жизни людей, набор определенных, чаще всего традиционных ценностей, норм, традиций, различных видов искусства, фольклора, обычаев и других элементов, которые лежат в основе уникальной идентичности любой нации или народности. Обе рассматриваемые страны имеют долгую многовековую историю, богатое культурное наследие и уникальные традиции, что отражается в современном состоянии жизнедеятельности общества.

На первый взгляд, культура русского и китайского народов существенно отличается друг от друга, но при более обстоятельном исследовании вопроса можно заметить и некоторые сходства. Так, например, академик С. Л. Тихвинский, который изучал историю и культуру Китая на протяжении многих лет, отмечает, что Россия и Китай имеют некоторые общие черты в своих культурных традициях, такие как: сильное государство, традиционные ценности, уважение к старшему поколению и т. д. [3].

По мнению профессора А. Д. Воскресенского, знание культуры страны-соседа позволяет не только расширить общий кругозор общества, но и взглянуть на многие процессы жизнедеятельности в новом ракурсе, увидев, при этом, эстетические составляющие в социально-культурной деятельности другого народа [4]. Эти знания позволяют также установить более гармоничные международные отношения, что достаточно актуально в современных условиях, когда со стороны не дружественных стран идет санкционное и экономическое давление.

Наряду с российскими учеными, некоторые китайские исследователи также приходят к выводу, что в культурной традиции обеих стран особое значение принято уделять семье, воспитанию и образованию детей, культивировать уважение к истории своей страны и выдающимся людям, которые представляют Родину в общественной, политической, научной и других сферах деятельности [5].

Обобщая некоторые культурологические традиции дружественных народов, филолог Чжан Лэй отмечает, что в отдельных аспектах жители большинства российских регионов и китайских провинций имеют достаточно много общих черт и особенностей. Например, структура общества предполагает многоконфессиональность в религиозной сфере, имеются различные народные праздники, которые отмечаются с большим размахом, а также оба народа имеют общую любовь к такому древнему напитку как чай [6]. Для лучшего понимания истоков отдельных культурных традиций, духовных составляющих некоторых видов деятельности страны-соседа предлагается более подробно рассмотреть такие направления китайской культурной традиции, как: художественная каллиграфия и чайная церемония.

Каллиграфия – это традиционная китайская письменность, уникальный алфавит, состоящий из системы иероглифов. Иероглиф представляет собой набор различных символов, где

каждый имеет определенные смыслы или значение. Один иероглиф может обозначать некое системное действие. Написание иероглифов – это особый вид творческой деятельности, сопряженный с некоторыми эстетическими составляющими. По сути, отдельный иероглиф может выступать в роли произведения искусства, так как его написание требует от автора знания законов композиции и соблюдения композиционных принципов: пропорции, ритм, пластичность и т. д. Наряду с выполнением движения руки, при написании иероглифа, также включаются различные мыслительные и медитативные процессы, а само действие приобретает некий философский смысл. Изучение китайской грамоты процесс достаточно сложный для представителей других культур. Однако даже легкое прикосновение к основам бытия китайского общества может многое открыть исследователю в ракурсе познания этого самобытного искусства.

Другим действием, наделенным глубоким философским смыслом и своего рода ритуальным содержанием можно по праву считать чайную церемонию (китайск. 工夫茶 или 功夫茶), что означает «искусное приготовление чая». Есть мнение, что такой ритуальный способ приготовления чайного напитка основан на классических методах, заложенных в провинциях Фуцзянь и Гуандун. Согласно данной церемонии для заваривания чая используются емкости небольшого размера, большое количество листьев чая и, соответственно, меньше воды в сравнении с обычными бытовыми способами данного процесса. Сегодня этот метод широко используется чайными магазинами и кафе, организующими дегустации, и торгующими чаем китайского происхождения.

Как и искусство каллиграфии, чайная церемония имеет собственную философию и эстетическую составляющую, которая заключается в различных действиях с предметами и аксессуарами, нагревом воды до определенной температуры, завариванием чая в конкретной последовательности процедур, наполнением чаши до нужного объема и собственно подачи гостю. Наряду с наслаждением от самого напитка, участник церемонии получает также эстетическое удовольствие от наблюдения за самим процессом, движениями и действиями чайного мастера, манипуляциями с посудой и приборами.

Как известно, в культуре многих народов России также имеется своя чайная церемония – чаепитие, где для кипячения воды используется специальный прибор «самовар», а сам процесс нагрева воды с помощью горящих углей является, по своей сути, церемониальной и медитативной техникой, так как смотреть на горящий огонь можно бесконечно долго. При этом включаются процессы манипуляции с предметами и аксессуарами, такими как дрова и древесный уголь, детали самовара и вытяжная труба, сапжок нагнетатель воздуха для розжига и увеличения интенсивности горения. При этом достигается очень высокая температура воды и возможность поддерживать ее (температуру) достаточно долгое время. Следующий этап – это непосредственное заваривание чая в чайнике из толстого фарфора с последующим накрыванием чайника специальным колпаком для сохранения температуры. Качество полученного напитка во многом зависит от производителя чайного листа. Сегодня в России качественный чай не редкость, однако для улучшения его вкусовых качеств, а также придания индивидуального аромата часто к чаю добавляют различные травы, сушеные ягоды, сухофрукты. Некоторые народы изготавливают различные сорта варенья из экзотических ингредиентов, например, еловых шишек, что также придает чайной церемонии самобытность и специфическое настроение.

Опираясь на аналитическое исследование представленных культурных традиций двух народов, можно отметить важность процессов сближения, общения и поиска новых точек соприкосновения в сфере творческой деятельности. В частности, предлагается раскрыть для российского общества некоторые традиции китайского народа в виде популяризации такого явления как «чайная церемония» и разработать для этого специальные упаковки товаров, а также определить возможности продвижения нового бренда на рынок.

В рамках учебного проектирования нами разработаны отдельные виды упаковок для товаров в стиле китайской культурной традиции для чайной церемонии. Было предложено несколько видов дизайна упаковок для чайной продукции. Сделана попытка гармоничного сочетания эргономических и эстетических функций упаковки. По нашему мнению, упаковка

должна обладать высокими эстетическими свойствами, а также продуманными функциональными качествами. При первом контакте с упаковкой, у потребителя происходит взаимодействие на визуальном, тактильном и обонятельном уровнях. При этом сам процесс распаковки, ощущение ароматов, бархатная поверхность материала могут восприниматься как элементы маленького праздника, который переносит человека в сферу познания уникальной китайской культурной традиции.

Первый вариант упаковки с традиционными китайскими орнаментами оформлен в современном минималистичном стиле и выполнен по технологии зип-пакета. Зип-пакет – это упаковка с возможностью многоразового использования, которая обеспечивает достаточно плотное закрывание, так как для хранения любых сортов чая нужна герметичная среда. На упаковке может присутствовать подробная инструкция по технологии заваривания чая и проведения чайной церемонии (рис. 1).

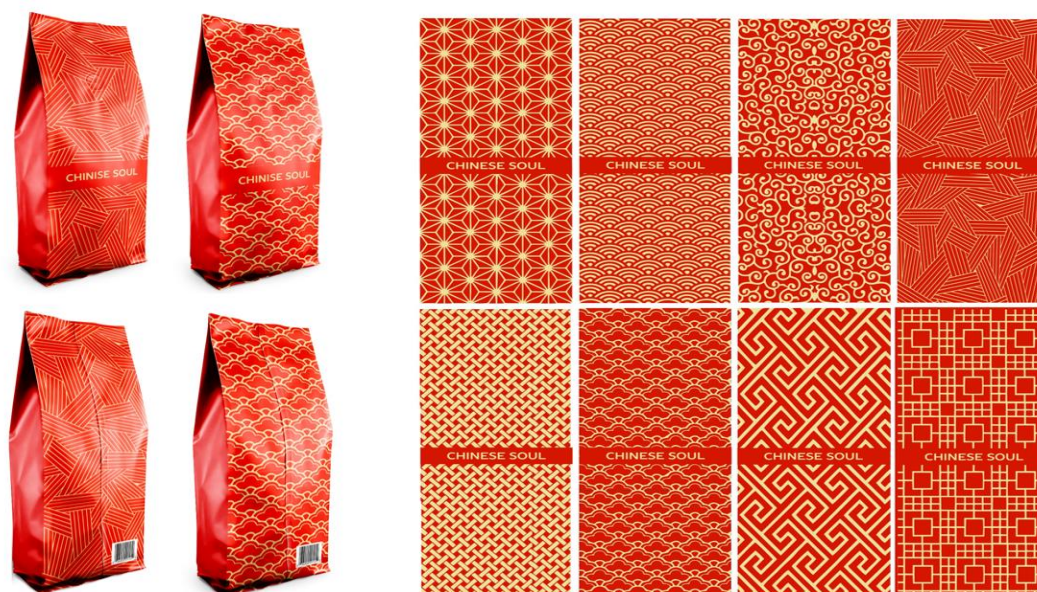


Рис. 1. Чайная упаковка

Второй вариант упаковки предлагается для более изысканных сортов чая, и ее художественное оформление предполагает наличие в своем содержании дополнительной культурно-просветительской функции, так как на упаковке изображены репродукции произведений китайского живописного искусства (рис. 2).

Наряду с упаковкой товара, в качестве творческой идеи, явилось создание бренда, под именем которого можно популяризировать как сам напиток, так и церемонию по его приготовлению. В основу образа легло китайское орнаментальное искусство, которое по-своему уникально и неповторимо. Чтобы придать логотипу уникальность, но, при этом сохранить черты классической китайской орнаменталистики, при разработке логотипа торговой марки Chinese Soul использовались простые лаконичные шрифты и авторские графические символы в стиле китайского художественного творчества. Главной задачей явилось создание лаконичного, простого для восприятия образа (рис. 3). Наряду с использованием традиционного орнамента, особое внимание уделялось фирменным цветам бренда. Для фона использовался насыщенный красный цвет, а для графических символов – написание золотым тиснением.

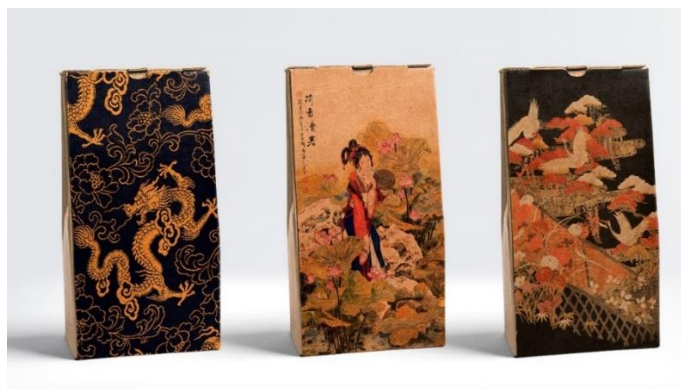


Рис. 2. Чайная упаковка

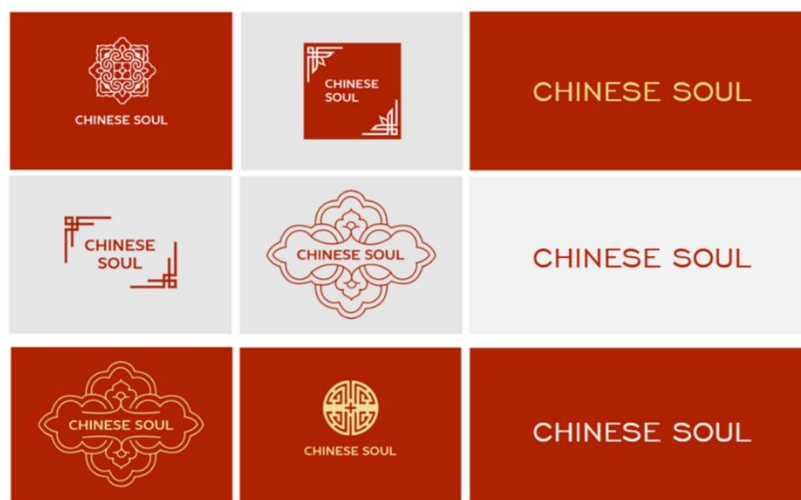


Рис. 3. Разработка логотипа

Таким образом, в процессе учебного проектирования были решены следующие основные задачи:

- проведено аналитическое исследование и сравнение отдельных культурных традиций России и Китая, выявлены некоторые их различия и сходства;
- сформирована генеральная идея и концепция проектного замысла по созданию упаковки товаров и логотипа предприятия;
- в графическом и цифровом виде выполнен учебный проект, который включает элементы фирменного стиля и дизайн упаковки в китайской культурной традиции.

Выдвинуто предположение, что благодаря популяризации классической чайной церемонии и чайной продукции, жители России могут открыть для себя новые знания о культуре Китая, прикоснуться к уникальным явлениям и процессам, происходящим в общественной жизни страны-соседа. В определенной степени может произойти понимание некоторых философских смыслов и эстетических особенностей процедуры «чайная церемония». Все эти аспекты позволят легче понимать друг друга, и обмениваться мнениями на различных мероприятиях в области науки, техники, образования и т. д. Полученные знания могут способствовать укреплению двусторонних международных связей и открывают новые возможности для плодотворного сотрудничества на разных уровнях.

Список литературы

1. Пономарев М. А. Сотрудничество России и Китая в культурной, образовательной и научной сферах // Вестник ВГУ Серия: экономика и управление. 2009. № 2. 1 – 3 с.
2. Ряснов И. Культурное сотрудничество России и Китая в XXI веке // Власть. 2013. Том. 21, № 9, 79–82 с.
3. Тихвинский С. Л. Новая история Китая. М.: Наука, 1972. 637 с.
4. Воскресенский А. Д. Россия и Китай: теория и история межгосударственных отношений. М.: Московский общественный научный фонд, 1999. – 405 с.
5. Ма Фэншу. Российско-китайские отношения в контексте сравнительного анализа культур. М.: Вестник РУДН, серия Политология, 2012. № 2. 5–28 с.
6. Чжан Лэй. Исследование забайкальско-маньчжурского языка торговли // Гуманитарный вектор, зарубежная филология. 2013. № 4. 121–123 с.

Daria Georgievna Sidakova,

student,

Radik Faridovich Mukhutdinov,

architect, PhD Associate Professor of the Department of Design,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,

Kazan, Russia

PRODUCT PACKAGING DESIGN IN CHINESE STYLE CULTURAL TRADITION

Annotation. The article examines elements of Chinese culture such as calligraphy and tea ceremony. The analysis of the fine and applied arts of China, where traditional ornaments have become the main ideological inspirers in the creation of packaging design and the development of the brand logo. The possible packaging options selected for different types of goods are presented. The authors conducted a comparative analysis of individual cultural traditions of Russia and China in order to identify similarities and some differences.

The project of packaging goods in the style of Chinese cultural tradition under the trademark "Chinese Soul" / "Soul of China" is presented, and possible directions of development of this brand in Russia are also noted.

Keywords: calligraphy, tea ceremony, Chinese culture, packaging design

УДК 72.03

Спрожецкая Наталья Вячеславовна,

преподаватель,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

МЕТОДИКА УЧЕБНОГО ДИЗАЙН-ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ КАТАЛОГА «АРХИТЕКТУРНЫЕ СТИЛИ НА ПРИМЕРЕ КАЗАНИ»

Аннотация. В статье рассмотрена пошаговая методика по созданию дизайн-проектов разработки новой туристической среды, основанной на исследовании, анализе исходных данных, создание своего собственного каталога архитектурных стилей на примере города Казань. В современном мире студенту необходимы компьютерные технологии, используемые в сфере дизайна, однако «фундаментом» служит формирование ценностных ориентаций, осознание своих национальных памятников архитектуры, восприятие духовно- нравственных ценностей своего народа. По дисциплине основы проектной и компьютерной графики, студентами будут разрабатываться решения создания каталога, ориентируясь на научно-практическую работу.

Архитектура, будучи одной из форм изобразительного искусства, выполняет не только практические функции, но и служит отражением и формированием культурных аспектов общества. Городская среда, в свою очередь, является результатом взаимодействия архитектуры, инфраструктуры и культурных практик, создавая уникальный облик города.

Казань – удивительный город, сочетающий в себе многовековые традиции и историю, которые неизменно отразились на архитектуре. Казань современная и архаичная одновременно. В городе удивительно сочетаются культура Востока и Запада, история, традиции, религия. Туристам открываются удивительное сочетание контрастов- футуристические небоскребы двадцать первого века и старинные дома-музеи великих людей, проживающих в Казани – дом Габдуллы Тукая, дом Ушковой, Казанский Кремль, основанный в двенадцатом столетии. Архитектура Казани, по мнению приезжих, имеет много лиц: на одной улице можно встретить архитектуру барокко, модернизма, классицизма.

Научно-практическая работа по разработке туристического каталога включает два этапа: первый предпроектный – аналитический; второй проектный – творческий.

Таким образом, **аналитический этап** состоит из нескольких шагов. **Первый шаг** – дать название историческим периодам архитектурного становления города, изучая информационные и литературные источники, включая натурный осмотр городов:

- Времена правления Казанского ханства.
- Период Российской империи.
- Советская эпоха.
- Современная Казань.

Вторым шагом является определение основных архитектурных стилей города. Для этого студентам необходимо изучить и выявить их основные особенности и закономерности, рассмотреть натурно на объектах Казани:

- Барокко.

Пышность и торжественность образа. Характерны извилистые линии, витиеватые узоры, использование статуй и кариатид (вместо колонн размещаются статуи женских фигур). Купол на фасаде здания, окна с орнаментом. Для стиля барокко характерны аттические стены («балюстрады» наверху здания) и пилястры (прямоугольные колонны, доходящие до внешних стен самого здания).

- Классицизм.

Классицизму свойственны простые геометрические формы, дверные проемы, симметричные зеркальные композиции и пастельные тона. Здания в классическом стиле обычно имеют четкие линии, гармоничные пропорции и строгие формы, подчеркивающие благородство и элегантность.

- Эклектика.

Смешение стилей на основе исторических стилей и стилизация под стили тех или иных стран.

- Псевдо-новорусский стиль.

Обращение к мотивам национального зодчества, к формам русского народного творчества. Обогащенные полукружиями, башенками, ризалитами, архитектура отличается разнообразием и «объемностью» крупных форм. Принцип асимметрии. Двери украшены сенью и обрамлены козырьком с колоннами; Небольшие, но многочисленные окна, чаще всего прямоугольные с закруглением верху.

- Сталинский ампир.

Каждый элемент гипертрофирован, укрупнен. Это помпезная архитектура, отображающая праздничное, торжественное восприятие, натуральный камень в отделке фасадов, крупные декоративные элементы.

- Модерн.

Модерн выражается в асимметричности здания. Много эркеров (многогранные выступы в стене здания), башен, балконов и лоджий. Строительные технологии уже позволяли

делать широкопролетные оконные проемы. Текущие плавные формы, линии, напоминающие растительные элементы.

– Конструктивизм.

После революции пришел конструктивизм: простые геометрические объемы, отсутствие декоративных элементов, плоские оштукатуренные стены, широкие оконные проемы. – Модернизм.

Использование железобетонного или стального каркаса, отсутствие тенденций украшения, поиск новых форм, стилистических решений. Отсутствие национального колорита.

– Постмодернистические течения.

Сложные, насыщенные здания, фантазия и образные ассоциации. Декор всех видов (декоративная кладка, облицовка, рельеф, орнаментика, росписи), обращение к выразительности стенового массива с отказом от нарушающих его ленточных окон, асимметрия, возрождение активного силуэта зданий (фронтами, мансардами) с отказом от плоских крыш.

Третьим шагом является изучение архитектурных стилей на примере архитектурных объектов города. Составление собственной таблицы с примерами, историей архитектурных построек, фамилиями архитекторов, местом расположения.

Проектный творческий этап посвящен разработке дизайн-проекта туристического каталога, представляющего собой практическую работу студентов, нацеленную на углубление знаний по архитектуре и графическому дизайну. Используя программу Coral Draw, студенты создают визуальные представления знаковых объектов Казани, которые можно применять на самостоятельном анализе других городов.

Создание каталога подразумевает групповую работу, студентам предлагается ознакомиться с основными стилями города Казань, выбрать наиболее предпочтительный, по их мнению. Внутри каждой группы ведется индивидуальная научно-исследовательская деятельность по поиску архитектурного здания внутри выбранного стиля.

Были выделены этапы работы:

– **Сбор материала.**

Студенты индивидуально собирают фото- и видеоматериалы об объектах, а также информацию о каждой достопримечательности (история, значимость, особенности).

– **Создание графических объектов в Coral Draw.**

Используют инструменты программы для создания векторных изображений, включая формы, линии, текст и цветовые эффекты. Студенты реализуют различные стили и техники оформления, такие как создание значков, ярких графиков и иллюстраций.

На этом этапе определить **ключевые моменты** на каждой работе:

- название архитектурного объекта;
- его компьютерное изображение;
- год постройки;
- архитектурный стиль;
- ключевые особенности узнаваемости архитектурного стиля;
- карта с указанием месторасположения.

Компоновка проекта

Размещение созданных графических объектов на рабочем пространстве так, чтобы они были логично структурированы и гармонично выглядели. Добавить текстовые блоки с краткой информацией о каждой достопримечательности рядом с изображением.

Финальная доработка и оформление

Провести проверку на наличие ошибок, внести мини-корректировки в оформление. Применить методы создания правильной цветовой схемы и композиции.

Презентация каталога

Защита студентами дизайн-проекта с обоснованием выбора достопримечательностей и методов их визуализации. Оформление работ студентов в общий каталог с соблюдением последовательности их становления.

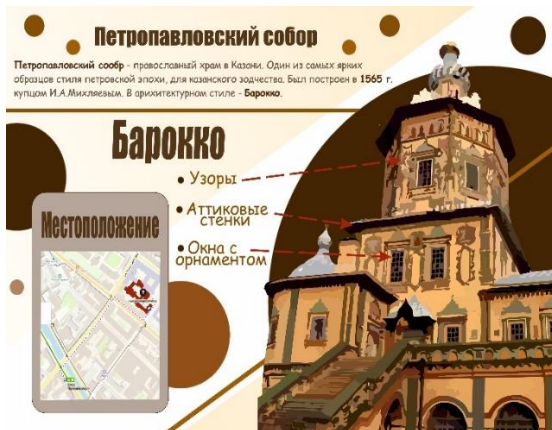


Рис. 1. Петропавловский собор. Барокко Федорова М. С. УК 1722/9



Рис. 2. Собор Казанской иконы Божией Матери. Классицизм. Мамонтова Д. В. УК 1732

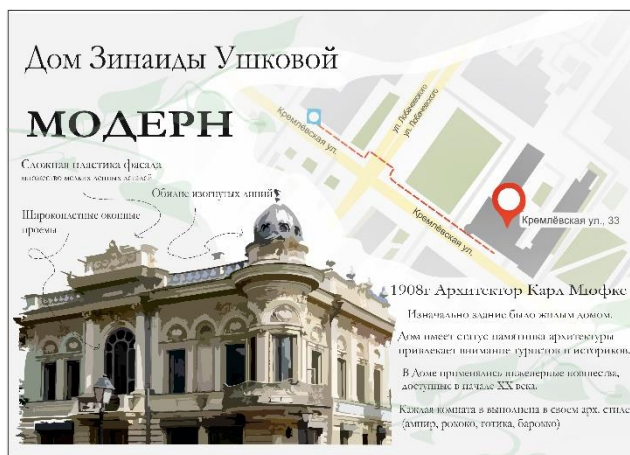


Рис. 3. Дом Зинаиды Ушковой. Модерн. Зиганшина Д. Р. УК 1731



Рис. 4. Дворец Земледельцев. Эклектика. Власенкова В. А. УК 1721/9



Рис. 5. Театр оперы и балета М. Джалиля. Неоклассицизм. Зиганшин А. А. УК 1722/9



Рис. 6. Национальная библиотека Республики Татарстан. Модернизм. Сергеева А. А. УК 1732

Каталог формируется путем объединения индивидуальных работ, общие элементы каталога выполняются группой. Каждый проект, вошедший в каталог, отражает уникальный подход и самобытный стиль авторов, при этом создавая единое целое.

Культурные аспекты архитектуры и городской среды не только определяют облик городов, но и служат ключевым элементом культурного наследия. Они предоставляют уникальные возможности изучения влияния культуры на городскую среду и наоборот. В этом контексте архитектура становится неотъемлемым артефактом, который сохраняет и передает культурные ценности и идентичность на поколения. Предполагается, что в ходе учебного процесса по дисциплине «Компьютерная графика» студентами будут разрабатываться проектные решения всех архитектурных стилей с ориентированием на научно-практическую работу. Данный проект можно использовать в туристической деятельности. Также предполагается разработка брендбука и рекламы.

Список литературы

1. Дульский П. М. Памятники казанской старины и другие очерки об архитектуре Казани. Репринтное издание. Казань: Издательство Сергея Бузукина, 2013. – С. 280–300.
2. Новицкий А. Что нужно требовать от современных зданий в русском стиле? // Строитель, 1905, № 9. Стлб. 351–352.
3. ТАТ Модерн в архитектуре Казани, Ершов, Магариф 2018.- С. 10–25
4. Международный исследовательский журнал, Екатеринбург, 2016. – С. 6–7

Sprozhetskaya Natalia Vyacheslavovna,

Lecturer,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov (IEUP),

Kazan, Russia

METHODOLOGY OF EDUCATIONAL DESIGN PROJECT TO CREATE A CATALOGUE "ARCHITECTURAL STYLES ON THE EXAMPLE OF KAZAN"

Abstract. Abstract. The article discusses a step-by-step methodology for creating design projects for developing a new tourist environment based on research, analysis of initial data, and creating your own catalog of architectural styles using the city of Kazan as an example. In the modern world, students need computer technologies used in the field of design, but the "foundation" is the formation of value orientations, awareness of their national architectural monuments, and perception of the spiritual and moral values of their people. In the discipline of Fundamentals of Design and Computer Graphics, students will develop solutions for creating a catalog, focusing on scientific and practical work.

References

1. P. M. Dulsky Monuments of Kazan antiquity and other essays on the architecture of Kazan. Reprint edition. Kazan: Sergey Buzukin Publishing House, 2013. Pp. 280–300.
2. Novitsky A. What should be required from modern buildings in the Russian style? // Stroitel, 1905, No. 9. Columns 351–352.
3. TAT Modern in the architecture of Kazan, Ershov, Magarif 2018. Pp. 10–25.
4. International research journal, Ekaterinburg, 2016. Pp. 6–7.

Таубе Марика Владимировна,

К. Т. Н., доцент,

Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств
имени А. Д. Крячкова,
Новосибирск, Россия

УЛЬТИМАТИВНАЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ИЗДЕЛИЙ ДЛЯ «ХОЛОДНЫХ» РЕГИОНОВ РОССИИ

Аннотация. Поиск решения культурного кода на сегодняшний день одно из важных направлений в деятельности всех креативных индустрий, в том числе и для дизайнеров. При проектировании изделий для северных регионов стоит учитывать важный фактор повышенной требовательности со стороны потребителей к функциональности изделий. Это основано, с одной стороны, на климатических условиях эксплуатации, с другой стороны, такой подход отражает культурный код «холодных» регионов. Понятие «ультимативной» функциональности отражает необходимый подход проектной работы, вбирающий в себя как повышенное внимание к материалам и технологиям, обеспечивающим работоспособность изделия, так и к простоте и понятности пользовательского пути.

Современное формулирование культурного кода не отъемлемо от контекста его исторического формирования. Задачей дизайнеров и проектировщиков становится не только поиск исходного формообразования, отвечающего мыследеятельности выбранной проектной территории, но и собственно определение признаков этой мыследеятельности.

Корнем мыследеятельных решений являются условия, в которых человеку необходимо было существовать, с которыми он старался справиться ради выживания.

Его подходы, сформировавшие принципы решения определенных задач, по принципам эвристики и алгоритмов решения были экстраполированы и на остальные процессы, что и обусловило формирование большой системы мыследеятельности, характерной для локальных культур. Так, в русском языке используется термин «смекалка», не имеющий прямого перевода на другие языки, но отражающий характерные принципы мышления.

Если рассматривать территорию холодных регионов, то условия выживания здесь диктуют определенные требования к изделиям. Эти требования можно описать в целом как явление «ультимативной» функциональности.

Холод и жара, являясь экстремальными условиями для человека, тем не менее оказывают разное влияние на поведенческие модели. Холод провоцирует человека к движению, стараться не останавливаться, производить тепло. При этом оголенные части тела, например, ладони, на холоде достаточно быстро теряют чувствительность, что ограничивает время контактной эксплуатации. Несмотря на требование к действию, тело человека заметно затруднено за счет теплой (объемной, многослойной) одежды. К тому же работоспособность объекта равна выживанию человека в среде, а значит, она должна быть максимально простой и быстрой. Эти и многие другие факторы повышают требовательность человека к выполнению изделием его функции.

Этот брутализм характерен для изделий, проектируемых в «холодные» регионы, среди них выделяют сибирские, северные и арктические. Для этих территорий функциональность в экстремальных условиях действительно является ультимативной. Однако стоит подразделить, что при словах об арктическом дизайне речь идет про исключительно холодные температуры, в то время как сибирский дизайн рассчитан на пиковые холодные и жаркие температуры. Подбор материалов для изготовления изделий благодаря этому может отличаться, несмотря на общий «ультимативно функциональный» подход при проектировании.

Таким образом, рассуждая про региональный дизайн «холодных» регионов, можно говорить о важности и скорости принятия решений, как о мыследеятельности, сформированной

территориальным фактором, повышенной аналитической задаче, построении кратчайших путей и опасностей территории. Это сказывается на требованиях к проектным сценариям эксплуатации и выражается в «ультимативной функциональности», как с точки зрения понятности и простоты пути эксплуатации, так и с точки зрения работоспособности изделия относительно окружающих условий.

Список литературы

1. Попков Ю. В., Костюк В. Г., Тюгашев Е. А. Народы Сибири в социокультурном пространстве Евразии: ценностные предпочтения и межэтнические установки // Социологические исследования. – 2007. – № 5. – С. 62–69.
2. Коханая О. Е. Культурный код россиян как объект воздействия западной культуры // Агзамовские чтения (Сборник материалов и научных статей Международной научно-практической конференции) – 2023 – с. 236–252.
3. Мори́на Л. П. Культурный код как дискурсивный феномен // Studia Culturae. – 2022. – № 52 – С. 49–60.
4. Алемасов В. А. Общий культурный код народов евразии и его социальные факторы // Культура в евразийском пространстве: традиции и новации – 2020 – С. 11–13.
5. Мерзляков С. С. Альманах «История мысли»: культурный код России // Казачество. – 2019. – № 40(4) – С. 9–13.

Taube Marika Vladimirovna,

Ph.D., Assistant Professor,

Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts named after A. D. Kryachkov,
Novosibirsk, Russia

ULTIMATE FUNCTIONALITY IN THE DESIGN OF PRODUCTS FOR THE "COLD" REGIONS OF RUSSIA

Abstract. The search for a solution to the cultural code is currently one of the important directions in the activities of all creative industries, including for designers. When designing products for the northern regions, it is worth considering an important factor of increased demand on the part of consumers for the functionality of products. On the one hand, this is based on the climatic conditions of operation, on the other hand, this approach reflects the cultural code of the "cold" regions. The concept of "ultimate" functionality reflects the necessary approach of design work, which includes both increased attention to materials and technologies that ensure the performance of the product, and to the simplicity and clarity of the user path.

References

1. Popkov Yu. V., Kostyuk V.G., Tyugashev E. A. The peoples of Siberia in the socio-cultural space of Eurasia: value preferences and interethnic attitudes // Sociological research. – 2007. – No. 5. – Pp. 62–69.
2. Kohanaya O. E. The cultural code of Russians as an object of influence of Western culture. // Agzam readings (Collection of materials and scientific articles of the International Scientific and Practical Conference). – 2023 – Pp. 236–252.
3. Morina L. P. Cultural code as a discursive phenomenon // Studia Culturae – 2022. – No. 52 – Pp. 49–60.
4. Alemasov V. A. The common cultural code of the peoples of Eurasia and its social factors // Culture in the Eurasian space: traditions and innovations – 2020 – Pp. 11–13.
5. Merzlyakov S. S. Almanac "History of thought": the cultural code of Russia // COS-SACKS – 2019. No. 40 (4). – Pp. 9–13.

Тукманова Земфира Генриховна,
ст. преподаватель,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова
Казань, Россия

ПРОБЛЕМЫ ОСВОЕНИЯ ПРИБРЕЖНЫХ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ КАК ПОСЛЕДСТВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕННЫХ ИСТОРИЧЕСКИ ГЛОБАЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ

Аннотация. Статья посвящена вопросу освоения прибрежных городских территорий. Затрагиваются исторические факты, связанные с принятием декрета «О земле» в 1918 года», ликвидации частной собственности на землю и ликвидации множественности субъектов права собственности на землю, в результате, вместо множества частных лиц – правообладателей земли возникло одно «лицо» – государство. В дальнейшем под этим руководством были созданы каскады гидроузлов на Каме и Волге, которые должны были решить две важнейшие задачи народного хозяйства: электроэнергетика и грузовые перевозки между севером и югом страны. Возможно, многие проблемы современного города Казани являются следствием принятых решений восьмидесяти летней давности. В мировой практике имеются прекрасные примеры градостроительного освоения затопляемых территорий, создания каналов, регулируемых шлюзами. Бесспорно, было бы меньше проблем с озерами Кабан. Вопрос освоения и благоустройства прибрежных городских территорий не стоял бы так остро. Вероятно, что и дорожно-транспортная инфраструктура города была бы более совершенной, а проблемы в этой области менее острые.

Ключевые слова: прибрежные территории, ликвидация частной собственности, затопляемые территории, реконструкция городских пространств

Ценность прибрежных городских территорий, как резервных рекреационных зон, для Казани очевидна, но по разным причинам эти территории до настоящего времени остаются не освоенными и не благоустроенными в полной мере. По всей вероятности, причины этого факта уходят корнями в далекое и не очень далекое прошлое, с которым связана история становления, развития и роста города.

С 1918 года в России перестали существовать частные лица как субъекты прав в отношении земли и иной недвижимости. Декретом «О земле» была ликвидирована частная собственность на землю и, соответственно, была ликвидирована множественность субъектов права собственности на землю. Вместо множества частных лиц – правообладателей земли возникло одно «лицо» – государство. Когда нет множества правообладателей, нет необходимости регулирования использования прав. Отсутствие Правил в течение восьми десятилетий – это закономерное и неизбежное следствие событий, произошедших в отечественной истории в 1917 году и продолжавшихся вплоть до начала 1990-х годов (рис. 1).

В течение тех восьми десятилетий строительство осуществлялось на основе действий по принципу «приказ – подчинение». Документы в отношении строительства не могли и не должны были фиксировать никаких прав. В этом отношении не было разницы между производством машин, строительством домов, поселков, городов: там и здесь есть только вещи, которыми пользуются люди, не имеющие прав. Эти вещи распределялись между людьми по приказу – предписанию начальства. Технологические документы могли подготавливаться только по принципу «нарисуем – будем строить, где надо – там снесем и переселим куда надо». Но тем не менее в этот период велось активное строительство.

В 1931 году родилась идея великого проекта «Большая Волга». Это происходило во времена, когда по железным дорогам страны пыхтели слабенькие угольно-мазутные паровозики ФЭД-3, способные тянуть лишь 30–40 вагонов. Грузоперевозки по рекам считались основным средством доставки грузов на дальние расстояния. А для производства электроэнергии не было ни ТЭЦ, ни атомных электростанций (рис. 2).

В те времена «больших проектов» нигде и никогда не упоминалось о праве человека проживать на земле своих предков. Не делалось серьезных, сколько-нибудь значительных обоснований ни экономических, ни, тем более, экологических. Все делалось по указанию сверху. И под этим руководством были созданы каскады гидроузлов на Каме и Волге, которые должны были решить две важнейшие задачи народного хозяйства: электроэнергетика и грузовые перевозки между севером и югом страны.

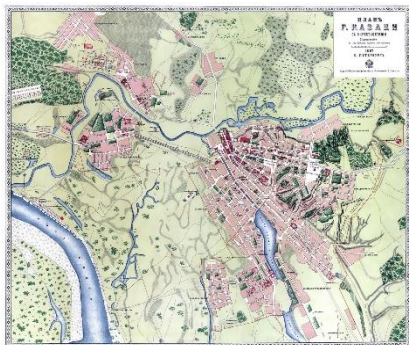


Рис. 1. Генплан г. Казани, 1887 г.

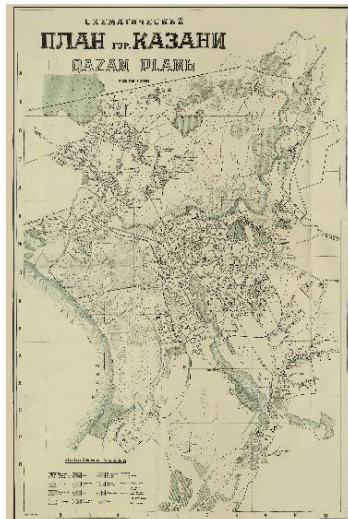


Рис. 2. Генплан г. Казани, 1939 г.

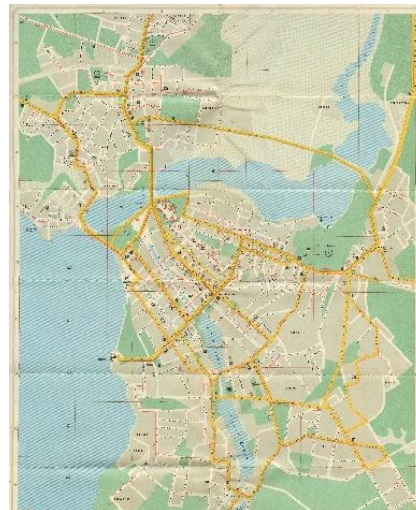


Рис. 3. Генплан г. Казани, 1988 г.

Прошло восемьдесят лет, по мнению специалистов, итог следующий:

- теоретическая мощность всего каскада составляет 11 миллионов киловатт. На сегодня это лишь 5 % вырабатываемой в стране электроэнергии, создание Волго-Камского каскада ГЭС задачу электрификации страны не решило;

- задача создания глубоководного пути от Белого моря через всю страну до Каспийского моря решена. Создан такой путь до Волгоградской ГЭС. Но в настоящее время надобности в таком пути уже нет. Транзитные возможности страны за 80 лет коренным образом изменились. Железнодорожная сеть увеличилась в сотни раз. Мощные тепловозы таскают составы по 180–200 вагонов, сами вагоны стали грузоподъемными в разы. Между городами проложены асфальтовые и бетонные дороги, по которым разъезжают грузовые автомобили по 50–60 тонн.

Речные перевозки утратили свое значение. Количество грузовых судов уменьшилось в сотни раз. Остались только туристические суда. Судостроительные и судоремонтные заводы прекратили свое существование, сданы в металлолом вместе с судами.

Если подсчитать затраты на строительство этих гидроузлов со всеми сопутствующими сооружениями; затраты на переселение тысяч сел и городов; все затраты, которые понесли люди и потери от затопления гигантских территорий, то возникает вопрос, насколько дешевой является эта электроэнергия? Было потеряно 48 тысяч квадратных километров пойменной земли, равной которой по плодородности нет в мире. Это площади таких стран, как Дания или Голландия. Потеряны пойменные заливные луга, которые бесплатно кормили миллионы голов скота, при этом стали тратить миллионы киловатт той самой электроэнергии, чтобы выращивать в степях корм для животных. Из-за создания гигантских водохранилищ ежегодно теряется 5 кубокилометров воды на испарении, а на фильтрацию – втрое больше. Затрачены средства на укрепление размываемых водой берегов водохранилища, от чего уже потеряно 70 тысяч гектаров пахотной земли и этот процесс прогрессирует.

Теперь нынешняя Волга начинается и заканчивается в Нижегородской области от Городца до Костова. Выше и ниже это уже не река, а каскад прудов. Так что ситуация такова, что

Волга в природном ее исполнении принадлежит только Нижегородской области, где среди последствий подъема воды в Чебоксарском водохранилище до 63 отметки наблюдается и постепенное сгнивание дубрав на речке Ветлуге, и гибель дубов, ущерб фауне и многое другое.

При этом от администрации города, с целью сделать воду более чистой, поступают предложения планово затопить еще 90 тысяч гектаров и подтопить 350 тысяч гектаров территории до 68 отметки, что по расчетам Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета, сделает 39 % застроенной территории Нижнего Новгорода непригодной для жизни и хозяйственной деятельности. Последствия предыдущего подъема воды в Чебоксарском водохранилище (до 63 отметки) пожинают жители Нижегородского, Марийского, Чувашского регионов уже несколько десятилетий. Вода, поступающая в краны 400 тысяч жителей Чебоксар, далека от идеального состояния, она имеет и цвет, и запах и вкус.

По мнению специалистов, в Поволжье уже идет экологическая катастрофа, и остановить ее можно только одним способом – ликвидацией всех плотин и ГЭС. Если этого не сделать, то эта экологическая катастрофа поглотит всех нас. По данным экологов, в США и Канаде сегодня уже 450 рек, больших и малых, освобождены от плотин. На очереди еще более 1 000 рек. Здесь специалисты поняли, что плотина на равнинных реках – это экологическая и экономическая ошибка. Вероятно, и в России пришла пора исправлять ошибки, которые были совершены с природой много лет назад.

Все изменилось с развитием, ростом и расширением границ города, увеличением численности населения, безудержным ростом количества автомобилей, дорожно-транспортной структуры. Освоение все новых территорий под городскую застройку уничтожило остатки пригородных лесов. По последним данным на одного жителя Казани приходится менее 1,3 квадратных метров зелени, при норме для городов категории, к которой относится Казань – 10 метров квадратных. В этой критической ситуации большой интерес вызывают прибрежные городские территории водных объектов – р. Волги, р. Казанки, озерной системы Кабан. Акватории их значительны по протяженности, площади, пронизывают город в четырех направлениях: западном и южном – р. Волга, северо-восточном – р. Казанка и юго-восточном – система озер Кабан (рис. 3).

Факт разлива Куйбышевского водохранилища является первопричиной того, что в настоящее время не формируется логическая связь между городом и водными системами города, так как была нарушена генетика места. Конечно же наряду с этим существуют и другие причины. Поэтому все вопросы необходимо решать, опираясь на исторические факты градостроительного освоения этих земель с учетом положительного и отрицательного опыта. Принятые меры должны, как минимум обеспечивать полноценное функционирование данных прибрежных городских территорий, как максимум нивелировать негативные последствия принятых ранее глобальных решений и быть частью государственной программы по исправлению исторических ошибок и восстановлению природной составляющей нашей среды обитания.

Список литературы

1. Иодо И. А., Потаев Г. А. Градостроительство и градостроительное планирование: учебное пособие – Ростов н /Д : Феникс, 2008. – 285, с ил., л. ил. – (Строительство и дизайн).
2. Вергунов А. В. Архитектурно-ландшафтная организация крупного города – Л.: Стройиздат, 1982. – 134 с., ил.
3. Сулименко А. Тоска по «Великим проектам» // Берегиня, №(236) 12 (2012).
4. Тукманова З. Г. Прибрежные территории – резерв для восполнения рекреационного дефицита города // Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета, 2009, № 2(12).

Tukmanova Zemfira Genrihovna,
Senior Lecturer,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov (IEML),
Kazan, Russia

COASTAL DEVELOPMENT PROBLEMS URBAN AREAS LIKE THE CONSEQUENCES OF IMPLEMENTING THE HISTORIC GLOBAL DECISIONS

Abstract. The situation in Kazan, and many of the problems of the modern city are the result of decisions made eighty years ago. The question arises, what scenario would develop the city, if not spilled in 1956 Kuibyshev reservoir?

Perhaps border Kazan would have different shape, 6-8 kilometers closer to the Upper Uslon . In world practice, there are excellent examples of urban development areas flooded, creating channels controlled gateways. Undoubtedly, there would be fewer problems with lakes Boar. In those days, the city was in a more natural natural environment. Dimensions of the city were much more modest, the boundaries are, and the population in times less. Still existed suburban forests around the city. Per capita had sufficient greenery. The question of development and improvement of coastal urban areas would not be standing so badly. It is likely that the road transport infrastructure of the city would be more perfect, and problems in this area less acute. With the return of the market economy, has significantly changed the structure of the land fund of the country. In all categories of land have been significant changes associated with the transformation, the social structure of land ownership. As a result, the next challenge in the development of coastal urban areas and addressing the issue of forming relations with the city planning became individualization and parcelling out land uses. Created positional disadvantage land - patchwork, wedging, impregnation, an effect of " quilt ". All questions must be addressed, based on the historical facts of urban development of these lands on the positive and negative experiences. Measures taken should at least ensure the full functioning of these coastal urban area, as a maximum level the negative effects of past global solutions and be part of the state program for the correction of errors and restore the natural component of our environment.

References

1. Iodo I. A., sweat, GA Urban planning and planning; Tutorial – Rostov on Don: Feniks, 2008. – 285, with silt., L. yl, – (Stroitelstvo and design).
2. Vergunov A. V. Architectural and landscape organization of a large city – LA: Stroyizdat, 1982. – 134., Ill.
3. Sulimenko A. "Longing for" Grand Designs "; monthly newspaper green "Bereginya", №(236) 12 (2012).
4. Tukmanova Z. G. Proceedings KSUAE 2009, № 2 (12) Coastal area – reserve to make up for lack of recreation. – Kazan, 2011.

Шамсутдинов Альберт Айратович,

студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

Раузеев Искандер Зиннурович,

доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ПРОФЕССИЯ БУДУЩЕГО: ПРОМПТ-ИНЖЕНЕР И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ДИЗАЙН И ЖИЗНЬ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация. Актуальность исследования связана с расширением использования искусственного интеллекта и больших языковых моделей в разных сферах. Профессия промт-инженера пока мало изучена из-за своей новизны. Цель работы – проанализировать роль этих специалистов в настройке языковых моделей и их влияние на отрасли. Основные результаты включают описание методов обучения: обучение на нескольких примерах, цепочка размышлений, контекстный подход и самокоррекция. Выводы показывают, что эта профессия может быть временной, а навыки станут частью общих компетенций.

Ключевые слова: промт-инженер, искусственный интеллект, нейросеть, большие языковые модели, БЯМ, автоматизация, дизайн, бизнес, рынок труда, профессиональные навыки, генерация контента, ИИ-технологии

Промт-инженер – это специалист, который взаимодействует с большими языковыми моделями (LLM), обучая их генерировать максимально полезные ответы на заданные промты (вопросы). Промт – это текстовый запрос или инструкция, передаваемая в языковую модель для получения ответа или выполнения задачи. Промты вводятся в специальное текстовое поле на платформах с нейросетями, таких как чат-боты, программные интерфейсы или веб-приложения. Например, при общении с чат-ботом, вводимый текстовый запрос – это промт для модели.

Обычные пользователи применяют промты для генерации и создания различного контента, включая посты в социальных сетях, изображения и другие виды текстовой информации. Это развивает у них навыки создания креативных промтов. Для программиста, обучающего нейросеть, промт представляет собой запрос, с которым можно выполнять разные манипуляции. Программисты используют промты для тестирования и генерации контента, чтобы понять, какие ответы модель выдает на разные формулировки и запросы и как это влияет на качество ее работы. Они анализируют результаты, вносят необходимые изменения, чтобы улучшить взаимодействие пользователя с искусственным интеллектом. В конечном итоге умение формулировать четкие и точные запросы к языковым моделям становится навыком, который можно развивать, и на сегодняшний день даже обычный пользователь может монетизировать такой навык, создавая контент быстрее, чем это сделал бы копирайтер или дизайнер.

Промт-инженер – это не просто создатель текстовых запросов, а специалист, который обучает языковую модель выдавать желаемые результаты. Он «разговаривает» с моделью, анализируя ее ответы и вносит коррективы в ее обучение. Ключевая задача промт-инженера – не просто создать промт, а настроить модель на выдачу нужной информации с помощью различных методов, например, Few-Shot Learning.

Few-Shot Learning (Обучение нескольким примерам) – это техника, которая позволяет обучить модель на нескольких примерах, показывая ей, что является правильным и неправильным ответом. Промт-инженер «корректирует» модель, предоставляя ей правильные и неправильные ответы, что помогает ей «понять» контекст запроса и выдавать более точные результаты.

К примеру, модель должна генерировать тексты в определенном стиле. Промт-инженер может предоставить модели несколько примеров этого стиля в качестве обучающего

набора. Модель «запоминает» паттерны, которые активируют нужные узлы, чтобы генерировать подобный текст в будущем.

Chain of Thought (Цепочка размышлений) – это подход в области искусственного интеллекта, впервые предложенный исследователями Google в 2022 году для языковых моделей. При этом подходе языковые модели генерируют ответы посредством последовательного пошагового рассуждения, имитируя человеческий процесс мышления. Вместо того чтобы сразу предоставить конечный ответ, модель проходит через серию логических шагов, ведущих к правильному решению.

СЕТО (Context, Expect persona, Task, Output): это метод, где запрос формулируется через четыре ключевых элемента: context (контекст), expert persona (эксперт), task (задача) и output (ожидаемый результат). Такой шаблон помогает модели точно понять, что от нее требуется, и она обучается на основе контекстных примеров.

Self-Calibration (Самокоррекция): эта техника заставляет модель проверять собственные выводы. В запрос можно добавить фразу: «Проверь свои рассуждения перед тем, как дать окончательный ответ», что повышает точность ответа.

Роль промпт-инженера меняется в зависимости от конкретного бизнеса и рынка. В сферах, где искусственный интеллект используется для решения бизнес-задач, он специализируется на конкретной области. Например, в банковском секторе специалист разрабатывает модели для работы с финансами: обрабатывает документы, анализирует кредитные истории, отвечает на вопросы клиентов. В сфере коммерции он создает системы для генерации рекомендаций по товарам, отвечает на вопросы клиентов, помогает в обработке заказов, используя разные методы для обучения модели.

Обычные нейросети неэффективны в узких областях, особенно для крупных компаний. Поэтому таким предприятиям нужны промпт-инженеры, которые берут ответственность за конкретную отрасль и работают с соответствующей информацией. В небольших компаниях эти функции обычно выполняют специалисты по искусственному интеллекту; для них навыки промпт-инженера являются частью общей компетенции, и они могут справиться с этими задачами параллельно с другими проектами.

В компаниях, которые разрабатывают собственный искусственный интеллект, таких как OpenAI или Google, промпт-инженер должен обладать более широким набором навыков. Он специализируется на обучении языковых моделей, включая цензурирование контента. Они определяют, на какие темы модели не должны отвечать, включая политические вопросы, что может варьироваться в зависимости от страны разработки.

Также стоит отметить, что данная профессия уже значительно повлияла на жизнь людей, преобразовав процесс создания дизайнерских решений. С появлением больших языковых моделей и технологий машинного обучения стало возможным автоматизировать многие рутинные задачи в дизайне. Программы с встроенным ИИ научились выполнять функции, которые ранее требовали значительного времени и умений: автоматическое удаление фона, ретушь изображений, применение различных фильтров для стилизации фотографий, изменение внешности на изображениях, создание и подбор цветовых палитр и шрифтов, и даже замена фона. Программы, такие как Adobe Photoshop с интегрированным Adobe Sensei, CorelDRAW, Figma, Canva и Lumina AI, уже имеют такие инструменты и предоставляют открытый доступ для широкой аудитории.

Кроме того, технологии ИИ позволили улучшить работу с визуальным контентом, предоставляя возможности увеличения изображений без потери качества и преобразования примитивных набросков в трехмерные модели (ProjectQuick3D, Eluna AI, Prome AI).

Создание медиаконтента также вышло на новый уровень благодаря нейросетям, способных генерировать изображения и видео по текстовому описанию. На западном рынке лидируют Midjourney, DALL-E и Stable Diffusion, а на российском – «Шедеврум», «Кандинский» и Artisto. Но даже эти инструменты не смогли превзойти специалистов, так как они все еще не могут самостоятельно создавать обоснованные идеи и цельные дизайн-концепции.

Современные вакансии для дизайнеров уже требуют от специалистов навыков работы с искусственным интеллектом, поэтому сейчас дизайнеры ищут доступные платные и бесплатные чат-боты в которых создают различные идеи, оценивают успешные и неуспешные решения и учатся автоматизировать некоторые из своих рутинных задач.

Из всех сфер жизни человека, на данный момент, профессия промпт-инженер наиболее востребована в бизнесе. Эта профессия играет ключевую роль в компаниях, где главная задача промпт-инженера – создавать обученные ИИ-инструменты и плагины, которые будут настроены под специфические цели бизнеса. Также продукты, созданные для компаний, должны соответствовать политике и этическим нормам организации.

Это приведет к тому, что вскоре автоматизация процессов станет ключевым фактором успеха на рынке. Компании, которые успешно внедряют ИИ технологии, получают преимущество за счет повышения скорости и эффективности работы при одновременном снижении затрат. Это, в свою очередь, стимулирует экономический рост стран.

Уже сейчас на рынке труда, как в России, так и за рубежом, появляются вакансии промпт-инженеров и резюме специалистов в этой области. Однако спрос на эти навыки пока еще невысок. Это связано с тем, что умения в этой области являются временными и будут видоизменяться по мере развития технологий. Со временем необходимость обучать нейросети новым задачам уменьшится, поскольку они смогут самостоятельно совершенствоваться. Работа с промптами также станет менее актуальной, так как искусственный интеллект будет лучше понимать запросы без точного формулирования.

Например, раньше поисковая система Google требовала от пользователей ввода очень точных запросов, и даже при этом найти нужную информацию было непросто. Сегодня же достаточно ввести примерно сформулированный запрос, чтобы получить желаемый ответ. Ранее могло показаться, что понадобятся специалисты по составлению поисковых запросов, но развитие технологий сделало это ненужным.

Таким образом, функции, которые выполняет промпт-инженер, – это больше временные навыки, которое со временем преобразуются. Поэтому на рынке труда данная профессия вряд ли станет полностью востребованной и полноценной. Скорее, спрос на подобные навыки будет распределен по разным сферам жизни, где они станут частью общих компетенций специалистов, а не отдельной профессией.

Список литературы

1. Рассел С., Норвиг П. «Искусственный интеллект: современный подход». 4-е изд. - М.: Вильямс, 2022. – 1408 с.
2. Гудфеллоу И., Бенгио Й., Курвилль А. «Глубокое обучение». – М.: Машиностроение, 2018. – 732 с.
3. Браун Т., Мэнн Б., Райли Н. и др. «Language Models are Few-Shot Learners»// Advances in Neural Information Processing Systems. – 2020. – Т. 33. – С. 1877–1901.
4. Вей Дж., Вонг С., Чжоу Д. и др. «Chain-of-thought Prompting Elicits Reasoning in Large Language Models» [Электронный ресурс] // arXiv.org. – 2022. – URL: <https://arxiv.org/abs/2201.11903>
5. «Chain-of-Thought (CoT) в крупных языковых моделях: обзоры и код» // Medium. – URL: <https://medium.com/@devmallyakarakar/chain-of-thought-cot-in-large-language-models-prompting-and-concise-cot-with-code-82821f9a832d>
6. «Кто такой промпт-инженер?» // SkillFactory Блог. – URL: <https://blog.skillfactory.ru/kto-takoi-prompt-inzhener>
7. «Разработан алгоритм, который превращает наброски в трехмерные модели» // Realist.online. – URL: <https://realist.online/Future/razrabotan-algoritm-kotoryj-prevrashaet-nabroski-v-trehmernye-modeli>
8. «Подсказка по цепочке рассуждений» // Википедия. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Подсказка_по_цепочке_рассуждений
9. «Как получить профессию будущего: кто такой промпт-инженер, чем он занимается и как им стать» // SMMplanner Блог. - URL: <https://smmplanner.com/blog/kak-poluchit-professiiu-budushchiegho-kto-takoi-prompt-inzhienier-chiem-on-zanimaietsia-i-kak-im-stat>

10. «Промт-инженер – профессия будущего» // VC.ru. – URL: <https://vc.ru/chatgpt/1568312-prompt-inzhener-professiya-budushhego>
11. «Мама, я теперь промт-инженер»: кто это и чем они занимаются// KOD.RU. - URL: <https://kod.ru/mama-ia-tiepier-prompt-inzhienier-kto-eto-i-chiem-oni-zanimaiutsia>

Shamsutdinov Albert Airatovich,
student,
Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEML),
Kazan, Russia
Iskander Zufarovich Ruzeev,
Associate Professor,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov (IEML),
Kazan, Russia.

PROFESSION OF THE FUTURE: PROMPT-ENGINEER AND HIS INFLUENCE ON DESIGN AND HUMAN LIFE

Abstract. The relevance of the study is related to the expansion of the use of artificial intelligence and large language models in various fields. The profession of prompt-engineer has been little studied due to its novelty. The purpose of the work is to analyze the role of these specialists in setting up language models and their impact on industries. The main results include a description of training methods: learning on several examples, a chain of thoughts, a contextual approach and self-calibration. The findings show that this profession can be temporary, and the skills will become part of general competencies.

Keywords: prompt engineer, artificial intelligence, neural network, large language models, BLM, automation, design, business, labor market, professional skills, content generation, AI-technologies

References

1. Russell S., Norvig P. "Artificial Intelligence: A Modern Approach". 4th ed. – Moscow: Williams, 2022. – 1408 p.
2. Goodfellow I., Bengio Y., Courville A. "Deep Learning". - Moscow: Mechanical Engineering, 2018. - 732 p.
3. Brown T., Mann B., Riley N. et al. "Language Models are Few-Shot Learners" // Advances in Neural Information Processing Systems. - 2020. - Vol. 33. - P. 1877–1901.
4. Wei J., Wong S., Zhou D. et al. "Chain-of-thought Prompting Elicits Reasoning in Large Language Models" [Electronic resource] // arXiv.org. - 2022. - URL: <https://arxiv.org/abs/2201.11903>.
5. "Chain-of-Thought (CoT) in Large Language Models: Reviews and Code" // Medium. - URL: <https://medium.com/@devmallyakarak/chain-of-thought-cot-in-large-language-models-prompting-and-concise-cot-with-code-82821f9a832d>
6. "Who is a prompt engineer?" // SkillFactory Blog. - URL: <https://blog.skillfactory.ru/kto-takoi-prompt-inzhener/>.
7. "An algorithm has been developed that turns sketches into 3D models" // Realist.online. - URL: <https://realist.online/Future/razrabotan-algoritm-kotoryj-prevrashaet-nabroski-v-trehmernye-modeli>.
8. "A hint on the chain of reasoning" // Wikipedia. - URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Подсказка_по_цепке_расследий.
9. "How to get the profession of the future: who is an industrial engineer, what does he do and how to become one" // SMMplanner Blog. - URL: <https://smmplanner.com/blog/kak-poluchit-professiui-budushchieho-kto-takoi-prompt-inzhienier-chiem-on-zanimaietsia-i-kak-im-stat/>.
10. "Industrial engineer - the profession of the future" // VC.ru. - URL: <https://vc.ru/chatgpt/1568312-prompt-inzhener-professiya-budushhego>.
11. "Mom, I'm a prompt-engineer now": who are they and what do they do" // KOD.RU. - URL: <https://kod.ru/mama-ia-tiepier-prompt-inzhienier-kto-eto-i-chiem-oni-zanimaiutsia>

Юпина Галина Александровна,
к. б. н, зав. лаборатории оптимизации наземных экосистем,
Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия
Кошман Мария Александровна,
старший преподаватель,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ПРИНЦИПЫ ПОДБОРА АССОРТИМЕНТА ДРЕВЕСНО-КУСТАРНИКОВОЙ РАСТИТЕЛЬНОСТИ ПО ТИПОЛОГИИ СУЩЕСТВУЮЩЕГО ЛАНДШАФТА (НА ПРИМЕРЕ Г. КАЗАНИ)

Аннотация. Разработан комплекс принципов в подборе древесно-кустарникового ассортимента, при котором раскрывается полное и наиболее эффективное использование всех потенциальных возможностей растительного материала. Подобранный ассортимент древесно-кустарниковой растительности рассматриваемого жилого комплекса соответствует типологии природного ландшафта и экологическим условиям данного местообитания. Особенности и свойства растений позволяют сделать озеленение микрорайона наиболее эффективным и функциональным.

Создание оптимальной ландшафтной среды в структуре жилого микрорайона (а также жилого комплекса), становится одной из основных задач для застройщика.

Для обеспечения условий полноценного отдыха горожан, необходимо не только обеспечить функционально комфортные условия, но и создать гармоничное и устойчивое окружение, которое будет оказывать благотворное воздействие на эмоциональное состояние.

Для успешного решения данной задачи требуется рационально и творчески использовать природные особенности ландшафта, при этом строго соблюдая принципы охраны окружающей среды [1].

Каждый природный ландшафт представляет собой совокупность взаимосвязанных природных компонентов, таких как климат, рельеф, почва, вода, растительность и животный мир. В состав городского ландшафта, помимо природных, входят также искусственные компоненты. Природные компоненты городского ландшафта также включают в себя климат, рельеф, почву, воду, растительность и людей, проживающих в городе. К группе искусственных компонентов относятся жилые, общественные, производственные здания, спортивные, хозяйственные, инженерные, транспортные и энергетические сооружения и устройства, элементы благоустройства, монументальная живопись, скульптура и другие элементы. Основной целью взаимодействия природных и искусственных компонентов является удовлетворение потребностей населения как на уровне микрорайона, так и городского ландшафта в целом [2].

Городские ландшафтные территории часто представлены невыразительными посадками групп ландшафтно-кустарниковой растительности. В процессе проектирования и улучшения территорий возникает сложность, связанная с отсутствием четкого подхода к выбору растений. Данный подход приводит к ухудшению эксплуатационных и эстетических характеристик озеленяемых участков, их чрезмерной загруженности и разнообразию, а также к излишнему использованию посадочного материала. Часто высаживаемые растения не только не соответствуют окружающей среде и не гармонируют друг с другом, но и не становятся органичной частью архитектурно-исторических ансамблей.

Закономерности рационального отбора и группировки растений включают в себя:

1. Климатические условия: при выборе растений для озеленения необходимо учитывать климатические особенности региона, такие как температура, влажность, количество осадков и солнечная активность. Некоторые растения могут не выдержать экстремальных погодных условий или требовать особого ухода.

2. Тип почвы: различные виды растений предпочитают разные типы почв. Необходимо учитывать состав и кислотность почвы при выборе растений.

3. Освещенность: некоторые растения предпочитают солнечные участки, другие – полутень или тень. При выборе растений необходимо учитывать уровень освещенности участка.

4. Цель озеленения: необходимо определить цель озеленения, будь то создание живой изгороди, украшение участка или улучшение экологии. В зависимости от цели выбираются соответствующие растения.

5. Сочетаемость растений: при группировке растений необходимо учитывать их сочетаемость по цвету, форме, размеру и другим характеристикам, чтобы создать гармоничный и привлекательный вид участка.

6. Сезонность: некоторые растения цветут только в определенное время года. При выборе растений необходимо учитывать сезонность цветения и плодоношения.

7. Уход за растениями: некоторые растения требуют особого ухода, такого как полив, подкормка, обрезка и т. д. При выборе растений необходимо учитывать свои возможности по уходу за ними.

8. Совместимость с другими растениями: некоторые растения могут угнетать другие растения, выделяя вредные вещества или конкурируя за питательные вещества. При группировке растений необходимо учитывать их совместимость.

9. Устойчивость к болезням и вредителям: некоторые растения более устойчивы к болезням и вредителям, что снижает необходимость в использовании химических средств защиты.

10. Эстетические качества: растения должны быть красивыми и гармонично вписываться в ландшафт участка.

Соблюдение этих закономерностей позволит создать гармоничное и привлекательное озеленение, соответствующее целям и условиям участка.

Для максимально эффективного раскрытия потенциала растительного материала, необходимо при выборе ассортимента руководствоваться комплексным подходом и следующими ключевыми принципами:

- соответствие растений функциональному назначению озеленяемого участка;
- соответствие экологических особенностей растений условиям среды их существования;
- учет быстроты роста и долговечности растений;
- формирование ведущего ассортимента для озеленения из растений местной флоры;
- соответствие декоративных качеств растений особенностям озеленяемого объекта и его архитектурно-художественному решению;
- соответствие фенологических особенностей растений функциональным и эстетическим требованиям озеленяемого объекта [2].

Кроме того, жилой микрорайон должен создавать выразительный архитектурно-ландшафтный облик застройки, что достигается за счет гармоничного сочетания архитектурных решений, озеленения и благоустройства территории. [3]. Зеленые насаждения жилых районов и микрорайонов являются важнейшей составляющей частью системы озеленения города. В балансе городских насаждений они занимают ведущее место. Зеленые насаждения на территории жилых комплексов определяют, прежде всего, санитарно-гигиенические и микроклиматические условия жизни людей [2]. Исходя из особенностей функционального назначения объекта озеленения подбираются растения, обладающие необходимыми именно в данном случае свойствами и качествами (санитарно-гигиеническими, микроклиматическими). Данный подход способствует созданию комфортной и привлекательной среды для проживания, что положительно влияет на качество жизни населения.

Примером подбора древесно-кустарниковой растительности при проектировании и озеленении служит Жилой комплекс Taloni (по ул. Гаврилова г. Казань). При разработке озеленения территории предлагаются растения, обладающие фитонцидными свойствами, способные уничтожить патогенные микроорганизмы. Это береза повислая, ива белая, тополь советский

пирамидальный, можжевельник виргинский и казацкий и многие другие виды. Насаждения создают определенные микроклимат – снижают солнечную инсоляцию, ресуммируют температуру и режим влажности. Для примера представлены чертежи и схемы входной зоны территории жилого комплекса Taloni (рис. 1–2).

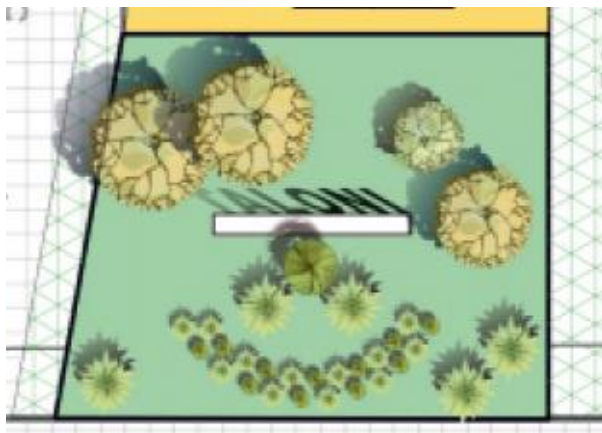


Рис. 1. План-схема благоустройства входной зоны территории ЖК Taloni

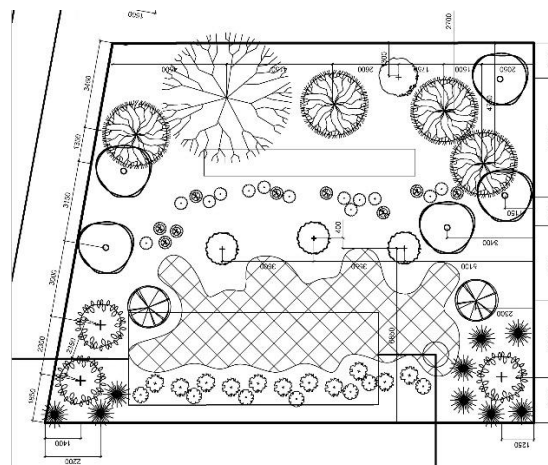


Рис. 2. План посадки. Входная зона территории ЖК Taloni

Очень важным условием озеленения микрорайона является выделение различных функциональных зон внутри застройки. Правильная функциональная организация и озеленение различных участков жилой застройки создает обогащенную пространственную композицию озелененных территорий микрорайона, [4], (рис. 3).



Рис. 3. Визуализация

При подборе ассортимента древесно-кустарниковых насаждений для озеленения Жилого комплекса Taloni были проанализированы все факторы природной среды обитания. Учитывая, что озеленение будет производиться на насыпных песках до 1 м и более глубиной в предлагаемом ассортименте присутствуют виды, произрастающие на песчаном грунте или неприхотливые к почвенным условиям местообитания. Это деревья следующих видов: ива белая, ива остролистная, тополь советский пирамидальный, береза повислая, яблоня сибирская ягодная и другие виды. Из кустарников неприхотливыми к таким почвенным условиям являются лох серебристый, можжевельник казацкий, смородина золотистая, пузыреплодник калинолистный, ракитник русский, барбарис Тунберга, виды спирей.

Дифференцированный подход в подборе ассортимента древесно-кустарниковой растительности не только способствует выживанию растений в экстремальных условиях данного местообитания, но и обеспечивает создание декоративных пейзажных композиций. Знание особенностей и свойств растений позволит сделать озеленение микрорайона наиболее эффективным и функциональным.

При разработке концепции, был сформулирован ряд следующих задач:

- создание функционального общественного пространства привлекательного для различных групп населения;
- выделение функциональных зон озеленения;
- разработка основных принципов озеленения;
- подборка ассортимента древесно-кустарниковой растительности, экологически обоснованного, имеющего оздоровительные, функциональные и декоративные свойства;
- определение стиля и ландшафтно-композиционного решения в размещении древесных, кустарниковых и травянистых растений (аллеи, простые и сложные пейзажные группы, солитеры);
- определение колористики ландшафтных композиций.

При принятии решения комплексного благоустройства дворовой территории необходимо учитывать положения:

- двор считается продолжением жилой среды, а благоустройство его – безальтернативным средством сохранения элементов природного комплекса в жилой застройке;
- озеленение дворовой территории для поддержания и создания экологически, безопасной и комфортной жилой среды;
- обязательность вертикального и крышного озеленения;
- первостепенное озеленение должно быть проведено во дворах жилого сектора, которые расположены около транспортных магистралей;
- снижение показателей озеленения «малых» дворов возможно при их расположении в зонах пешеходной доступности озелененных территорий общего пользования;
- система предпочтений, отдаваемая элементам безопасности проживания людей;
- в «средних» и «малых» дворах размещая набор элементов комплексного благоустройства предпочтение отдается: детским площадкам, озеленению, площадкам озелененным для отдыха взрослых;
- увеличение размера дворов за счет крышного и вертикального озеленения при реконструкции территорий исторической плотной застройки;
- при проектировании объектов нового жилищного строительства требования по перспективному, комплексному во времени благоустройству придомовой территории и входящего в нее двора рассматриваться должны в качестве норматива по планировке и застройке наравне с традиционными требованиями по обеспечению противопожарных разрывов и инсоляции между зданиями;
- решение проблемы гостевого и личного автотранспорта;
- придание целостного образа придомовой территории и т. д. [5].

Предложенная концепция проекта по озеленению территории Жилого комплекса Taloni по ул. Гаврилова г. Казань построена с учетом целого ряда факторов и принципов. Основным фактором является экологический, а именно отношение растений к почвам, свету, влаге и т. д. Подобранный ассортимент древесно-кустарниковой растительности соответствует типологии природного ландшафта и экологическим условиям данного местообитания.

Список литературы

1. Николаевская З. А. Садово-парковый ландшафт. Москва. Стройиздат. 1989.
2. Северин С. И. Комплексное озеленение в благоустройстве городов. Киев. 1975.
3. Авдоткин Л. Н., Лежава И. Г. Градостроительное проектирование. Москва. Стройиздат, 1989.
4. Мингазова Н. М., Кошман М. А., Тукманова З. Г., Набеева Э. Г. Учебно-методическое пособие по разработке эскизных проектов благоустройства и экореабилитации городских водоемов. – Казань: КФУ, 2020. – 42 с.
5. Секу Р. В. Комплексное благоустройство дворовых территорий на примере г. Москвы. – Международный журнал 2019, С. 38–42

Yupina Galina Aleksandrovna,
Ph.D., Head. laboratory for optimization of terrestrial ecosystems,
Kazan (Volga Region) Federal University,
Kazan, Russia

Koshman Maria Alexandrovna,
Senior Lecturer,
Kazan Innovation University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

**PRINCIPLES OF SELECTION OF AN ASSORTMENT OF WOOD AND SHRUBS
VEGETATION ACCORDING TO THE TYPOLOGY OF THE EXISTING LANDSCAPE
(BASED ON THE EXAMPLE OF KAZAN)**

Abstract. A set of principles has been developed in the selection of tree and shrub assortment, which reveals the full and most effective use of all the potential capabilities of the plant material. The selected assortment of tree and shrub vegetation of the residential complex under consideration corresponds to the typology of the natural landscape and the ecological conditions of the given habitat. The characteristics and properties of plants make the landscaping of the neighborhood more effective and functional.

References

1. Nikolaevskaya Z. A. Landscape gardening. Moscow. - Stroyizdat. 1989.
2. Severin S. I. Integrated landscaping in urban improvement. Kyiv. 1975.
3. Avdotin L. N. Lezhava I. G. Urban planning. Moscow. Stroyizdat, 1989.
4. Mingazova N. M., Koshman M. A., Tukmanova Z. G., Nabeeva E. G. Educational and methodological manual for the development of preliminary designs for the improvement and eco-rehabilitation of urban reservoirs. Kazan: KFU, 2020. 42 p.
5. Sekou R. V. Integrated landscaping of courtyard areas using the example of Moscow. International Journal. 2019. Pp. 38–42.

Раздел V

СОЦИОГУМАНИТАРНЫЕ АСПЕКТЫ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

УДК 338.48:004.738.5:658.8

Байзакова Милана,
студент,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Москва, Россия

ПСИХОЛОГИЯ В МАРКЕТИНГЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА: ВЛИЯНИЕ НА ОПЫТ ТУРИСТОВ

Аннотация. Статья рассматривает то, как психологические аспекты в маркетинге могут влиять на выбор туристов. Исследование показывает рост роли информационно-коммуникационных технологий в трансформации потребительского поведения и стратегий продвижения туристских услуг. Результаты исследования подтверждают важность интеграции психологического подталкивания и других инновационных технологий для удовлетворения изменяющихся запросов потребителей.

Нынешняя индустрия гостеприимства становится одной из ключевых сфер экономики, активно адаптирующейся к технологическим изменениям и меняющимся потребностям клиентов. Важнейшую роль в движении отрасли к устойчивому развитию играют информационные и коммуникативные технологии, которые трансформируют не только способы ведения бизнеса, но и потребительское поведение. Такие элементы, как онлайн-бронирование, анализ отзывов, персонализация услуг на основе данных клиентов, являются неотъемлемой частью текущего этапа эволюции бизнеса гостеприимства и без них, потенциальные потребители могут даже не узнать о существовании гостиничного предприятия.

По данным TripAdvisor, более 90 % представителей гостиничного бизнеса считают, что онлайн-отзывы путешественников, повторные визиты и прямые бронирования определяют будущее их компаний [1. С. 35]. Подобные исследования подчеркивают влияние интернет-ресурсов на принятие решений туристами, которые, не имея возможности лично оценить гостиницы, обращаются к отзывам, виртуальным турам и рейтинговым платформам.

Владельцы и управляющие гостиничными предприятиями должны понимать, что для развития и формирования их клиентами лояльности, они должны все время поддерживать и организовывать различные маркетинговые компании, в том числе которые могут затрагивать психологические аспекты для влияния на потенциальный опыт туристов. Особое внимание стоит уделить влиянию психолого-педагогических аспектов, которые становятся центральными в создании позитивного клиентского опыта. Персонализированное взаимодействие, обучение персонала эмоциональному интеллекту, создание комфортной среды для гостей – все это активно влияет на укрепление лояльности и желание гостей вернуться в будущем, или порекомендовать отель своим друзьям.

В условиях цифровизации индустрии и усложнения запросов клиентов, психология и педагогика становятся основополагающими инструментами в гостиничном маркетинге, поддерживая адаптацию бизнеса к адекватному контролю рисками и способствуя созданию устойчивых конкурентных преимуществ.

Принципы туристского маркетинга служат основой для создания эффективных стратегий, обеспечивающих конкурентоспособность и устойчивое развитие в индустрии гостеприимства. Они включают в себя анализ потребностей клиентов, управление спросом, создание ценности для целевой аудитории, сегментация рынка и еще множество других важных процессов. Внедрение психолого-педагогических подходов в рамках этих принципов позволяет глубже воздействовать на поведение потребителей, формируя положительный опыт взаимодействия с туристским продуктом.

В книге стратегического маркетинга в туризме приводятся в пример несколько принципов туристского маркетинга, которые могут существенно повлиять на выбор клиента, более того, данные принципы являются ключевыми в любой успешной маркетинговой стратегии [2. С 94]. Одним из таких можно назвать принцип опережающего предложения, который ориентирован на прогнозирование потребностей и создание продуктов, соответствующих изменяющимся ожиданиям. Например, знание психологии восприятия позволяет проектировать такие услуги, которые эмоционально вовлекают туристов, создавая незабываемые впечатления. Современные исследования подчеркивают важность анализа не только текущих предпочтений, но и подсознательных мотивов, таких как желание принадлежать к определенной социальной группе или стремление к новизне. Подобных психологических аспектов, влияющих на подсознание человека очень много в практике психологии, сюда же можно включить «Теорию подталкивания», которую разработали Дэвид Канеман и Амос Тверски в 1970-е годы.

Принцип стабилизации прибыли также тесно связан с психологическим подходом: понимание мотивации клиента способствует разработке персонализированных предложений, которые лучше удовлетворяют его ожидания. Например, применение педагогических методов, таких как объяснение ценности туристских услуг через образовательные мероприятия, может повысить лояльность клиентов через призму гостиничного бизнеса и стимулировать повторное использование услуг компании, или во всяком случае увеличить потенциальный интерес и лояльность путешественников к индустрии гостеприимства в целом.

Дополняя, важно упомянуть принцип взаимного доверия между производителем и потребителем, особенно в сфере туризма, где продукт невозможно оценить заранее. Создание доверия через прозрачную коммуникацию и использование маркетинговых инструментов, ориентированных на создание позитивного образа компании, будет способствовать укреплению долгосрочных отношений с клиентами. Здесь психолого-педагогические аспекты помогают выстраивать такие коммуникационные стратегии, которые воздействуют на эмоциональную сферу клиента, создавая ощущение безопасности и предсказуемости. Для влияния на данный аспект можно использовать более близкое общение, например личный опыт общения с сотрудниками гостиничного бизнеса, который могут обеспечить менеджеры отделов, помощь и решение проблемы клиента, создание уникальных условий по предпочтениям и закрытие потребностей еще до прибытия клиента.

Примером укрепления доверия могут служить различные случаи, например клиент позвонил в гостиницу за дополнительной информацией о тарифах бронирования, также упомянул о ближайшем празднике дня рождения, которое будет через несколько дней, после окончания разговора клиент остался перед выбором отеля «производителя» и отеля конкурента. В таком случае для обеспечения уверенности клиента, сотрудники отеля могут отправить ему информационное письмо на почту или телефон, где в честь праздника он получает дополнительную скидку в размере 10 % от стоимости. Подобные примеры могут варьироваться в зависимости от ситуации, но они являются основой для того, чтобы гарантировать своим клиентам уникальный опыт и укреплять взаимное доверие.

Одним из ключевых направлений развития индустрии гостеприимства является внедрение и использование информационно-коммуникационных технологий, особенно онлайн-ресурсов и социальных медиа. С помощью подобных ресурсов можно наиболее сильно воздействовать на туристов и выстраивать мост между клиентом и компанией. В международной практике медиасфера играет важную роль в стимулировании спроса, повышении узнаваемости брендов и упрощении доступа к туристским услугам [3. С. 266]. Например, платформы для бронирования позволяют туристам быстрее и удобнее выбирать отели и туры, а активное участие компаний в социальных сетях помогает формировать доверие и взаимодействие с аудиторией.

Туристы все чаще обращают внимание на качество и доступность информации, возможность адаптации услуг под индивидуальные запросы и использование инновационных технологий. Сейчас никого не удивит наличием сайта гостиницы или отеля, в более клиент-ориентированных отелях можно встретить отдельное приложение гостиницы на смартфоне, которое

предоставляет возможность забронировать номер, заказать дополнительные услуги или получить дополнительные баллы лояльности. В этой связи развитие цифровых инструментов становится неотъемлемой частью конкурентоспособности отечественного туристического бизнеса.

Исследования, основанные на показателе альфа Кронбаха, продемонстрировали значимость факторов, таких как текстовые отзывы в сети, видеоотзывы и фотографии отелей [4. С. 249]. Эти переменные оказались в группе наиболее важных факторов, оказывающих влияние на выбор туристов.

Соотношение интернет-ресурсов и традиционных методов для принятия решения составило 73 % против 27 %. Более половины респондентов хоть раз пользовались интернетом для бронирования отеля, такой высокий показатель подчеркивает высокую степень доверия потребителей к информации, представленной в цифровом формате.

Проведенное исследование подтвердило ключевую роль информационных технологий и цифровых инструментов в развитии мировой индустрии туризма и гостеприимства. Современные тенденции свидетельствуют о том, что интернет стал центральной платформой для продвижения, продаж и коммуникации с клиентами, существенно изменив характер взаимодействия предприятий с потребителями. Огромная доля решений, принимаемых туристами с использованием цифровых ресурсов, таких как сайты отзывов, платформы онлайн-бронирования и социальные медиа, значительно превышает традиционные подходы.

Данные исследования показали, что наибольшее влияние на принятие решения о бронировании оказывают сайты отзывов и онлайн-платформы, что подтверждает доминирующее положение интернет-ресурсов в туристском маркетинге.

Результаты исследования подчеркивают необходимость для предприятий индустрии туризма и гостеприимства уделять внимание развитию цифрового маркетинга. Это включает оптимизацию онлайн-присутствия, работу с отзывами клиентов, адаптацию услуг под требования цифровой среды и обеспечение высокого уровня взаимодействия через цифровые платформы. В условиях посткризисного восстановления индустрии наблюдается устойчивый рост ключевых показателей: увеличивается число поездок, расширяется инфраструктура гостиниц и развивается использование интернет-технологий. Эти тенденции свидетельствуют о трансформации туризма в глобальную цифровую экосистему, способную эффективно адаптироваться к изменениям потребительских запросов.

Проведенная работа демонстрирует перспективность дальнейших исследований влияния инновационных технологий, включая социальные медиа и искусственный интеллект, на развитие туристского рынка, а также необходимость внедрения инновационных стратегий для обеспечения конкурентоспособности и стабильного роста.

Список литературы

1. Kushcheva, N. B, Gorelkina E. Universities in international tourism development: digital dimension in education, cooperation and destination marketing / N. B. Kushcheva, E. Gorelkina // Вестник РМАТ. – 2021. – No. 2. – Pp. 33–39. – EDN: XJXFLB.
2. Запесоцкий, А. С. Стратегический маркетинг в туризме: теория и практика / А. С. Запесоцкий ; Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 2003. – 351 с. – ISBN 5-7621-0140-1.
3. Балаева О. Н., Казаков С. П., Предводителя М. Д. Социальные медиа в индустрии гостеприимства и туризма: направления исследований // Маркетинг услуг. – 2012. – No 4. – С. 264–276.
4. Казаков С. П., Соловьева А. О. Исследование особенностей потребительского выбора с помощью социальных медиа в индустрии гостеприимства // Маркетинг услуг. – 2014.

Baizakova Milana,
student
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia

PSYCHOLOGY IN HOTEL MARKETING: IMPACT ON TOURIST EXPERIENCE

Abstract. The article examines how psychological aspects in marketing influence tourists' choices. The study highlights the growing role of information and communication technologies in transforming consumer behavior and promoting tourism services. The findings confirm the importance of integrating psychological nudging and other innovative technologies to meet the evolving demands of consumers.

References

1. Kushcheva, N. B., Gorelkina, E. Universities in international tourism development: digital dimension in education, cooperation and destination marketing / N. B. Kushcheva, E. Gorelkina // Vestnik RMAF. – 2021. – No. 2. – Pp. 33–39.
2. Zapesotsky, A. S. Strategic Marketing in Tourism: Theory and Practice / A. S. Zapesotsky ; Saint Petersburg University of Humanities and Social Sciences. – Saint Petersburg : Saint Petersburg University of Humanities and Social Sciences, 2003. – 351 p. – ISBN 5-7621-0140-1.
3. Balaeva, O. N., Kazakov, S. P., Predvoditeleva, M. D. Social Media in the Hospitality and Tourism Industry: Research Directions // Marketing of Services. – 2012. – No. 4. – Pp. 264–276.
4. Kazakov, S. P., Solovyeva, A. O. Exploring Consumer Choice Features Using Social Media in the Hospitality Industry // Marketing of Services. – 2014. – No. 4. – Pp. 246–263.

УДК 004.838.2

Баранова Елена Денисовна,
студент,
Кондраков Игорь Викторович,
к. э. н., доцент,
Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина,
Тамбов, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Аннотация. Статья посвящена исследованию возможностей использования искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения (МО) для оптимизации бизнес-процессов в сфере сервиса. Авторы рассматривают потенциал этих технологий для автоматизации принятия решений и улучшения качества обслуживания клиентов. Они делают акцент на важности активного использования ИИ и МО в условиях высокой конкуренции на рынке.

Ключевые слова: бизнес-процессы, искусственный интеллект, машинное обучение, оптимизация, сервисная деятельность

В конце 1940-х – начале 1950-х годов XX века началась новая эра. Эра, в которой зарождалась концепция «искусственного интеллекта» (AI). В центре этих изменений стоял выдающийся математик Алан Тьюринг. Он выдвинул смелую идею: вычислительные системы могут эмулировать человеческие когнитивные функции.

В 1950 году Тьюринг опубликовал свою знаковую работу под названием "Computing Machinery and Intelligence". В ней он представил тест, который впоследствии стал известен как тест Тьюринга. Этот тест был призван оценивать, насколько машина способна демонстрировать

интеллектуальное поведение. И, что важно, поведение это должно быть неотличимо от человеческого [1].

Э. М. Пройдакова считает, что искусственный интеллект – это нечто большее, чем просто совокупность алгоритмов. По сути, он позволяет компьютеру оперировать знаниями, решая сложные задачи и делая логические выводы [2]. Г. С. Осипов видит в искусственном интеллекте ключевую часть компьютерных наук. Он акцентирует внимание на том, что благодаря этим технологиям системы могут рассуждать и действовать так, как прежде было под силу исключительно человеку [3].

П. М. Морхат добавляет свою точку зрения, описывая искусственный интеллект как автономную систему, способную к самоорганизации. Эта система не просто реагирует на внешние стимулы; она обладает программно-синтезированными возможностями, которые позволяют ей адаптироваться и развиваться [4].

С развитием технологий и огромным объемом данных, искусственный интеллект (ИИ) стал не просто модным словом, а реальным инструментом для бизнеса. Компании, которые хотят оставаться на плаву, все больше полагаются на данные и автоматизацию. Это не случайно. ИИ и машинное обучение открывают двери к анализу массивов информации. Они помогают делать точные прогнозы, автоматизировать рутинные процессы и значительно улучшать качество принимаемых решений.

На сегодняшний день использование ИИ стало ключевым конкурентным преимуществом. Статистика впечатляет: к 2024 году количество компаний, применяющих ИИ, увеличилось более чем в два раза по сравнению с 2017 годом. В 2023 году 63 % организаций, которые внедрили ИИ, отметили рост своей выручки. Это говорит о том, что технологии не просто тренд – они меняют правила игры.

Искусственный интеллект (ИИ) играет ключевую роль в развитии компаний сферы услуг, улучшая клиентский сервис, оптимизируя рабочие процессы и повышая общую эффективность. Мы рассмотрим примеры влияния ИИ: от чат-ботов до интеллектуальных систем управления запасами. Чат-боты и виртуальные ассистенты стали обычными инструментами взаимодействия с клиентами, быстро отвечая на запросы и предоставляя помощь. ИИ также важен в управлении складскими запасами, помогая компаниям точнее прогнозировать спрос и автоматизировать обработку заказов, что снижает затраты на хранение и улучшает обслуживание. Успехи ИИ демонстрируют его способность кардинально изменить индустрию обслуживания, сделав ее более гибкой и результативной.

Машинное обучение (МО) сегодня стало ключевым элементом автоматизации процесса принятия решений и оптимизации различных аспектов бизнеса в сфере услуг. Благодаря алгоритмам МО компании получают возможность анализа огромных массивов данных, автоматизируют выполнение монотонных операций и повышают эффективность логистических цепей. Все это ведет к существенному снижению расходов, улучшению качества предоставляемых услуг и росту уровня удовлетворенности клиентов.

Алгоритмы МО позволяют обрабатывать информацию практически мгновенно, предоставляя бизнесу инструменты для прогнозирования будущих тенденций и потребностей рынка. Это включает в себя оценку спроса на товары и услуги, корректировку ценовой политики и управление товарными запасами. Такой подход дает организациям преимущество перед конкурентами, позволяя им оперативно реагировать на изменения и принимать обоснованные решения, опираясь на актуальные данные.

Кроме того, МО способно взять на себя выполнение множества рутинных задач, высвобождая ресурсы персонала для выполнения более сложных и творческих заданий, одновременно снижая риск возникновения ошибок [5].

Машинное обучение помогает компаниям оптимизировать процессы закупок, логистики и распределения, анализируя исторические данные, рыночные условия и погодные факторы. Это позволяет определять эффективные маршруты доставки, рассчитывать запасы и управлять складами, снижая издержки и улучшая время доставки. Системы поддержки принятия решений (DSS) на базе ИИ и МО автоматизируют анализ данных, выявление паттернов и

прогнозирование результатов, облегчая работу менеджеров. Примером являются GPS-навигаторы, такие как Google Maps или Waze, которые находят оптимальный маршрут с учетом дорожных условий. ИИ также улучшает риск-менеджмент, анализирует данные, выявляет угрозы и прогнозирует риски, что помогает компаниям принимать превентивные меры [6].

Искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение (МО) играют ключевую роль в повышении эффективности управленческих решений благодаря точной аналитике и прогнозированию. Это позволяет руководителям опираться на огромные объемы данных для принятия взвешенных решений. Внедрение ИИ и МО в сферу обслуживания значительно улучшает качество клиентского сервиса, автоматизирует рутину и оптимизирует управление запасами. Тем не менее возникают и трудности, среди которых обработка больших объемов данных, потребность в квалифицированных кадрах и вопросы конфиденциальности. Применение ИИ в обслуживании демонстрирует заметные успехи, показывая, как автоматизация способна оптимизировать рабочие процессы. Компании активно используют ИИ для улучшения своих сервисов. Так, в рамках проекта Just AI в одном из крупных контакт-центров был внедрен виртуальный оператор, что привело к высокой конверсии звонков и двукратному снижению их стоимости. ИИ также нашел свое место в концепции умного дома, выходя далеко за пределы голосовых ассистентов вроде Алисы, Alexa и Vixby [3].

Существуют термостаты с искусственным интеллектом автоматически, реагирующие температуру в доме, а специальные приложения экономят энергию, управляя освещением в зависимости от присутствия людей. Умные аудиосистемы и световые установки подстраивают цвет освещения под время суток, становясь неотъемлемой частью умного дома. Компания «Русатом Инфраструктурные решения» создала систему «Цифровой водоканал», которая использует ИИ для анализа данных и предотвращения аварий в водопроводных сетях. В 2022 году эта система помогла предотвратить аварию в Глазове, выявив отклонения в расходе воды, что позволило снизить потери на 11%, расходы на ремонт на 5% и потребление электроэнергии на 20% в ряде регионов. Важно помнить о возможных неудачах при применении ИИ, чтобы избежать ошибок и успешно реализовывать проекты в данной области [7].

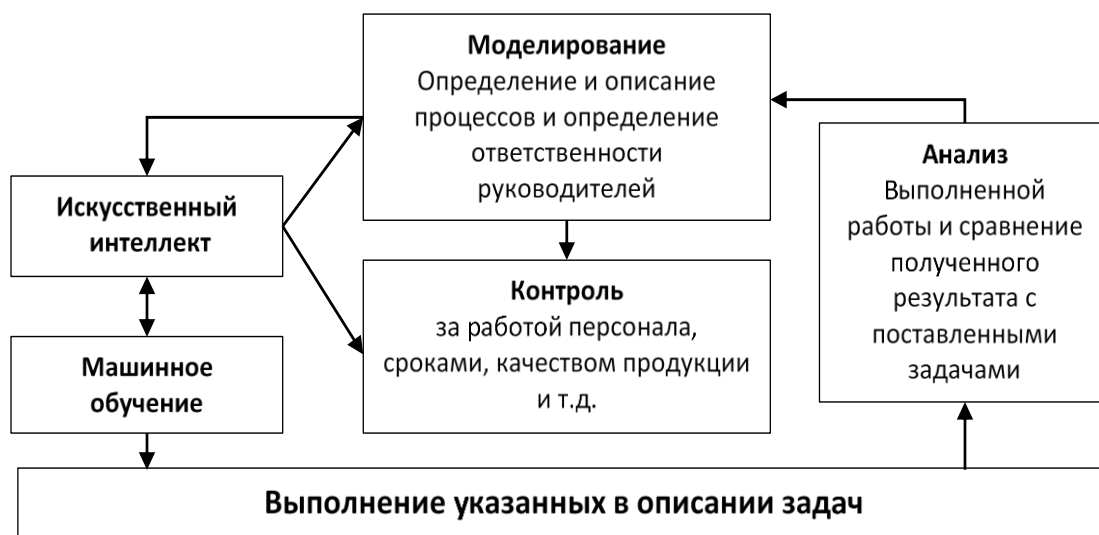


Рис. 1. Внедрение искусственного интеллекта и машинного обучения в бизнес-процесс управления сервисной деятельностью [8]

Неудачные примеры использования ИИ в обслуживании:

1. Чат-боты: Некорректная настройка и обучение привели к снижению качества взаимодействия с клиентами.

2. Предвзятость алгоритмов: Неверные критерии принятия решений, такие как оценка платежеспособности, вызывают дискриминацию.

3. Проблемы конфиденциальности: Утечки данных, ставшие результатом недостаточной защиты, угрожают безопасности пользователей.

Все эти ситуации показывают, насколько важно тщательно контролировать внедрение ИИ, чтобы избежать негативных последствий. Анализ удачных и неудачных кейсов помогает компаниям извлечь ценные уроки и повысить эффективность своих процессов.

ИИ и машинное обучение играют ключевую роль в автоматизации управления, улучшении скорости реакций и обратной связи. Они анализируют данные и оптимизируют процессы, позволяя системам обучаться и адаптироваться. Эти инструменты становятся незаменимыми для повышения качества сервисов и оптимизации бизнеса.

Взаимодействие искусственного интеллекта и машинного обучения играет важную роль в бизнесе, дополняя возможности этих технологий. Оно способствует созданию точных и эффективных систем, что позитивно влияет на результаты и оптимизацию процессов в области обслуживания. Искусственный интеллект открыл новые перспективы для повышения качества и скорости работы с клиентами. Тем не менее есть и неудачи, подчеркивающие необходимость внимательного подхода к планированию и реализации проектов с применением ИИ. Главная цель заключается в поддержании баланса между новыми технологиями и человеческим фактором, чтобы искусственный интеллект действительно способствовал улучшению сервиса, а не снижал его уровень.

Список литературы

1. Состояние искусственного интеллекта в начале 2024 года | McKinsey / [Электронный ресурс] // МЦкинси: [сайт]. – URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai> (дата обращения: 30.10.2024).

2. Пройдакова Э. М. Современное состояние искусственного интеллекта // Научно-исследовательские исследования. 2018. № 2018. С. 129 – 153.

3. Осипов Г. С. Искусственный интеллект: состояние исследований и взгляд в будущее // Новости искусственного интеллекта. 2001. № 1. С. 3–13.

4. Морхат П. М. Правосубъектность искусственного интеллекта в сфере права интеллектуальной собственности: гражданско-правовые проблемы: дис. ... д-ра юрид. наук. М., 2018. 420 с.

5. Решетникова М. С. Китайский опыт развития искусственного интеллекта: промышленная цифровизация // Вестник Российского университета дружбы народов. Экономика. 2020. Т. 28, № 3. С. 536–546.

6. Матюшок В. М., Красавина В. А., Матюшок С. В. Мировой рынок систем и технологий искусственного интеллекта: становление и тенденции развития // Вестник Российского университета дружбы народов. Экономика. 2020. Т. 28, № 3. С. 505–521.

7. Новая коммунальная реальность: как нейросети помогают развивать ЖКХ – РБК / [Электронный ресурс] // rbc.ru: [сайт]. – URL: <https://www.rbc.ru/economics/02/11/2023/653fb0f39a7947d6233d7183> (дата обращения: 30.10.2024).

8. Кузнецов И. А., Шевяков А. Ю., Баранова Е. Д. Использование искусственного интеллекта и машинного обучения для оптимизации бизнес-процессов в сфере сервиса / И. А. Кузнецов, А. Ю. Шевяков, Е. Д. Баранова // Вопросы отраслевой экономики. 2024. № 3 (7). С. 8-16.

Baranova Elena Denisovna,
student,
Kondrakov Igor Viktorovich,
PhD in Economics, Associate Professor,
Tambov State University named after G.R. Derzhavin,
Tambov, Russia

APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND MACHINE LEARNING TO IMPROVE BUSINESS PROCESSES IN THE SERVICE SPHERE

Abstract. The article is devoted to the study of the possibilities of using artificial intelligence (AI) and machine learning (ML) to optimize business processes in the service sector. The authors consider the potential of these technologies to automate decision-making and improve the quality of customer service. They emphasize the importance of active use of AI and ML in a highly competitive market.

Keywords: business processes, artificial intelligence, machine learning, optimization, service activities

References

1. The state of artificial intelligence at the beginning of 2024| McKinsey / [Electronic resource] // MCKinsi: [website]. – URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai> (date of reference: 10/30/2024).
2. Prokhodakova E. M. The current state of artificial intelligence // Scientific research. 2018. No. 2018. Pp. 129–153.
3. Osipov G.S. Artificial intelligence: the state of research and a look into the future // Artificial intelligence News. 2001. No. 1. Pp. 3–13.
4. Morkhat P. M. The legal personality of artificial intelligence in the field of intellectual property law: civil law problems: dis. ... Dr. jurid. M., 2018. 420 p.
5. Reshetnikova M. S. Chinese experience in the development of artificial intelligence: industrial digitalization // Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Economy. 2020. Vol. 28. No. 3. Pp. 536–546.
6. Matyushok V. M., Krasavina V. A., Matyushok S. V. The world market of artificial intelligence systems and technologies: formation and development trends // Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Economy. 2020. Vol. 28, No. 3. Pp. 505–521.
7. The new communal reality: how neural networks help to develop housing and communal services – RBC / [Electronic resource] // rbc.ru : [website]. – URL: <https://www.rbc.ru/economics/02/11/2023/653fb0f39a7947d6233d7183> (date of application: 10/30/2024).
8. Kuznetsov I. A., Shevyakov A. Yu., Baranova E. D. The use of artificial intelligence and machine learning to optimize business processes in the service sector / I. A. Kuznetsov, A. Yu. Shevyakov, E. D. Baranova // Issues of the sectoral economy. 2024. No. 3 (7). Pp. 8–16.

Gladys Elena Capote Leon,
 Doctora en Ciencias Pedagógicas,
 Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez"

LA HOSPITALIDAD COMO POLÍTICA EDUCATIVA EN LAS UNIVERSIDADES CUBANAS

Resumen. La dimensión internacional de la educación superior constituye una de las prioridades y a la vez un desafío de las instituciones de educación superior, los gobiernos y las organizaciones internacionales dirigidas a fortalecer el conocimiento, facilitar el acceso a las universidades y a los sistemas de investigación de las mismas, sin tener en cuenta su origen, formación o país de procedencia, para poder dar respuesta a los retos que impone la globalización (Gacel, Jaramillo, Knight, & de Wit., 2005).

La sociedad del conocimiento con prevalencia de una economía de mercado y acelerados cambios en la gobernabilidad, el desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación, el incremento de la movilidad de personas, capital, ideas, conocimiento y tecnología implica que la dimensión internacional de la educación superior actual se muestre compleja, multifacética, controversial, cambiante y desafiante, lo cual genera múltiples consecuencias las que se reflejan en: incremento de la demanda de fuerza de trabajo calificada, implementación de nuevos programas y sistemas de calidad y acreditación, énfasis en las empresas privadas sobre las públicas, así como el fomento de variadas y diversas iniciativas de movilidad, lo cual genera mayor competencia internacional e innovación en el enfoque de mercado (Moreno & Balanta, 2014).

El proceso de internacionalización de la Educación Superior integra la dimensión internacional e intercultural en las misiones, propósitos y funciones, a partir del desarrollo e implementación de un grupo de políticas y programas, para contribuir a formalizar los beneficios de la cooperación de la comunidad internacional.

Sin lugar a dudas unos de los aportes a los procesos de internacionalización académicas, lo constituye la movilidad de profesores e investigadores, lo cual promueve la investigación científica en el ámbito académico y la consolidación de redes entre las distintas universidades (Vega, 2016).

Ello implica que, el concepto de internacionalización resulte comprendido y utilizados de múltiples maneras. Para algunos autores está relacionada con un grupo de actividades internacionales dentro de las cuales se destaca la movilidad académica de estudiantes y profesores; las relaciones de vínculos internacionales, creación de nuevos programas de formación académica e iniciativas de investigación. Otro grupo de autores la identifican con la impartición de nuevos planes de estudio en otros países utilizando la modalidad presencial o a distancia (Gálvez & Vélez, 2017). También es concebida como la incorporación en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la dimensión internacional, intercultural o global; y otros la asocian como proyectos de desarrollo (Gacel et al., 2005).

La movilidad de estudiantes y profesores, constituye una de las razones más importante y de mayor crecimiento para la internacionalización y los de mayor riesgo están relacionados con la fuga de cerebros y la pérdida de identidad cultural. De igual manera dicho proceso genera un grupo de beneficios significativos los cuales están enfocados en el desarrollo de los estudiantes, profesores y personal que labora en las universidades y la determinación de estándares académicos para los procesos de aseguramiento de la calidad y acreditación, así como la socialización en los contextos internacionales de las investigaciones realizadas en dichas instituciones; fomentando cooperación en la educación a distancia con la utilización de las tecnologías de información y vencer el mayor obstáculo que se enfrenta es consiste en la falta de apoyo financiero institucional (Rizo & Capote, 2016).

Las estrategias para la internacionalización están relacionadas con los programas académicos y las iniciativas organizacionales por lo que en su diseño debe ser tenido en cuenta las debilidades y riesgos para su implementación, en lo cual puede influir el miedo al cambio, e innovación, así como la inestabilidad en el orden económico y político de los países, entre otras.

En estrecha relación con la internacionalización de la educación superior, un concepto que ha venido cobrando un lugar significativo en la gestión universitaria es la hospitalidad relacionada con la actitud ciudadana, un reconocimiento de los propios límites y deseos, así como una apertura a la diversidad con una actitud intercultural que permita aprovechar las distancias y al mismo tiempo un acercamiento entre los implicados, proceso imprescindible en el aprendizaje humano (Gil, 2020).

Es por ello que dicho concepto encierra la hospitalidad del otro como sujeto, para poder participar e intervenir, y se le acoge en su acontecer, realidad, búsqueda, necesidades e interrogantes.

Por lo tanto, resulta una necesidad convertir los contextos universitarios en escenarios de hospitalidad, sustentada en el amor, respeto, cortesía, intercambio humano, resaltando los valores éticos, legales y sociales, con una eficiente y efectiva gestión, elementos estos que distinguen a la industria de la hospitalidad (Gauna, 2029).

Los elementos expuestos evidencian como la internacionalización es una manifestación de la hospitalidad como política de gestión de la educación superior cubana que se integra de manera sistémica a los procesos sustantivos de las universidades.

La Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez, creada en 1994 y próxima a celebrar sus 45 años de fundada, cuenta con dos sedes universitarias, 7 Centros Universitarios Municipales y 7 facultades, una matrícula de más de 7000 estudiantes, alrededor de 14 programas de maestría, 1 programa de especialidad y 4 programas de formación de doctorado.

El artículo presenta un componente académico de internalización basado en el comportamiento de los indicadores relacionados con la movilidad académica de estudiantes y profesores, lo que permite presentar la hospitalidad como una política de gestión universitaria.

A continuación se describen los resultados obtenidos en cada uno de los indicadores analizados.



Gráfico 1. Matrículas totales por carreras

En el gráfico 1 muestra la cantidad de estudiantes extranjeros en cada una de las carreras que se imparten en la Universidad de Cienfuegos, donde se observan las de mayor matrícula y la incorporación de estudiantes de Agronomía y algunas carreras de Ciencias Pedagógicas en los últimos cursos.

Los países de procedencia de los estudiantes extranjeros se muestran en el gráfico 2, lo cual evidencia la diversidad de los mismos y resalta Angola, como el país que mayor cantidad de jóvenes ha enviado a estudiar a Cuba en variedad de carreras de diferentes perfiles.



Gráfico 2. Estudiantes por países

Un indicador importante lo constituye el total de egresados que se encuentran en el gráfico 3, donde se muestran aquellas que presentan mayor y menor cantidad de graduados.

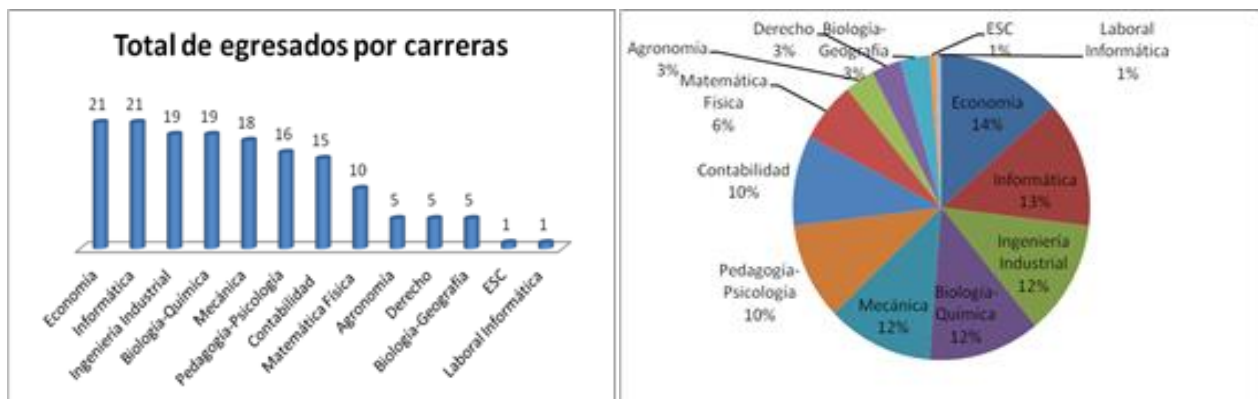


Gráfico 3. Egresados por carreras

Las distintas variantes de movilidad donde participan los profesores universitarios, por orden de importancia, se observa en el gráfico 5:

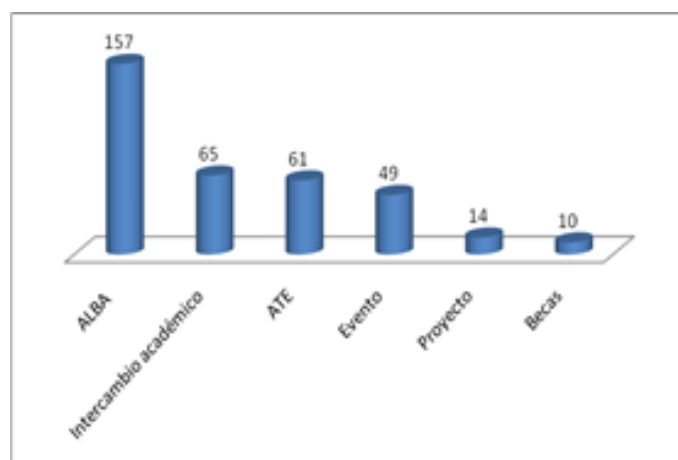


Gráfico 4. Variantes de movilidad

El intercambio académico se considera otro indicador que facilita el movimiento de los profesores y su comportamiento por países se encuentra a continuación.

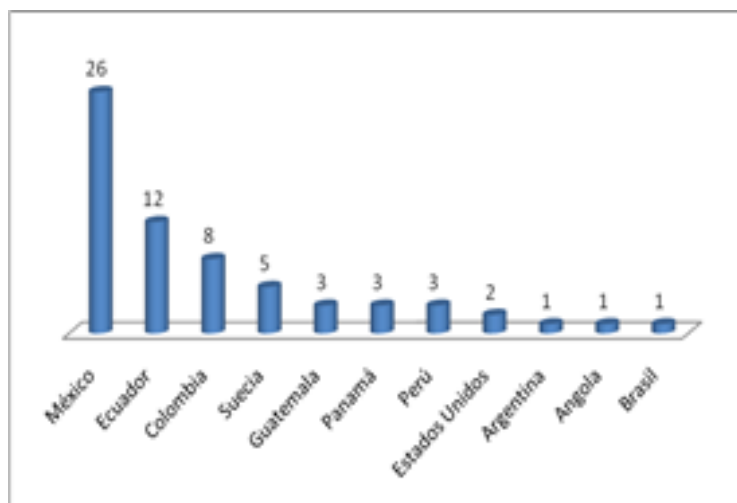


Gráfico 5. Comportamiento del intercambio académico

Debido a la gran importancia de mejorar los programas de estudios, se recurre a un grupo de servicios académicos, a petición de instituciones extranjeras, como parte de la asistencia técnica exportada, como se muestra en los gráfico 6.

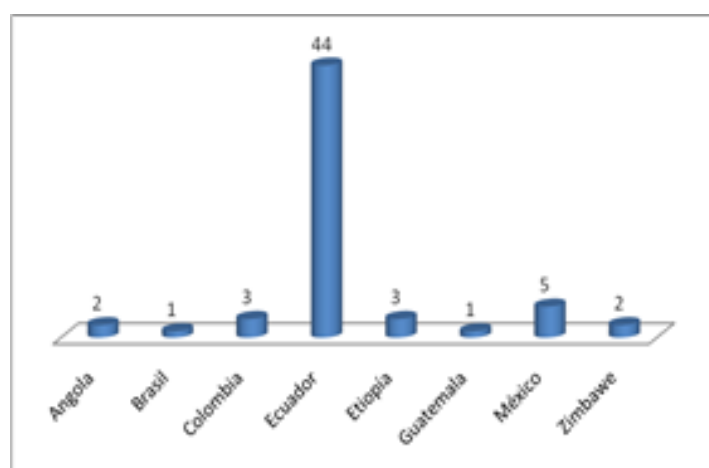


Gráfico 6. Comportamiento de la asistencia técnica exportada

Un elemento imprescindible para socializar resultados de investigación es la participación de profesores en eventos de carácter internacional, lo cual se observa en el gráfico 7.

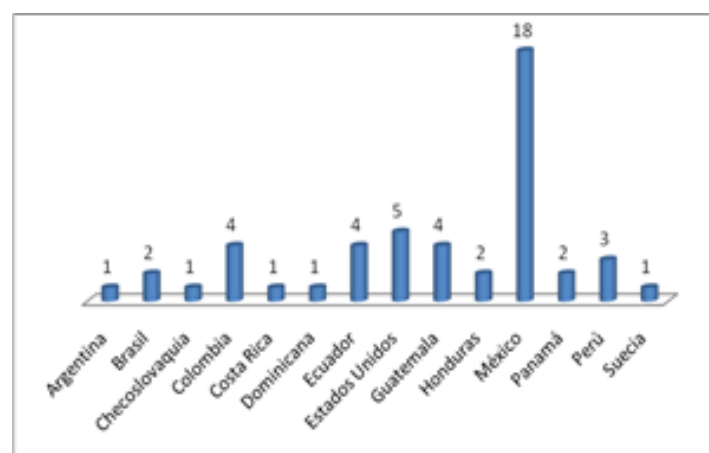


Gráfico 7. Participación de profesores en eventos científicos

El análisis de los principales indicadores relacionados evidencia las posibilidades que ofrece la internacionalización para adquirir y socializar conocimientos, fomentar la innovación, impulsar el acceso de la educación superior, fortalecer la integración cultural de los diferentes países con un sentido de hospitalidad.

Conclusiones. Dentro de la gestión de los procesos universitarios es importante concebir la hospitalidad como política educativa para potenciar y promover su dimensión internacional académica, con vistas a aumentar su competitividad.

References

1. Gacel-Ávila, Jocelyne, H., Jaramillo, Cristina Isabel, Knight, Jane, & de Wit, Hans. (2005). Al estilo latinoamericano: tendencias, problemas y direcciones. En *Educación Superior en América Latina*. Bogotá, Colombia: Editorial Banco Mundial en coedición con Mayol Ediciones.
2. Gálvez Castro, E. F., & Vélez Castro, L. Y. (2017). Dinámicas de la internacionalización de las instituciones de Educación Superior del departamento de Caldas durante el período 2008–2015. Universidad Autónoma de Manizales, Colombia.
3. Gauna, A. E. (2019). La Hospitalidad Educativa entre muros y puentes: el arte de tejer encuentros. RELAPAE, (10), 116–130.
4. Gil, M. G. (2020). Escuela, actitud ética y hospitalidad en la mirada del Otro. *Revista de Educación & Pensamiento*, 25, (27), 56–59.
5. Moreno, C. M., & Balanta, N. (2014). Políticas de la Internacionalización de la educación superior. En *Memorias del 9no Congreso Internacional de Educación Superior*. Universidad de La Habana, Cuba.
6. Rizo, N., & Capote, G. (2016). La internacionalización académica en la Universidad de Cienfuegos. Presentado en I Conferencia Científica Internacional, Cienfuegos, Cuba.
7. Vega, Y. (2016). Los procesos de internacionalización de la Educación Superior: el modelo de la Facultad de Derecho de la Universidad de Montreal. En *Memorias del 10 Congreso Internacional de Educación Superior Universidad 2016*. La Habana, Cuba.

УДК 81

Вильданова Гузель Агзамовна,

к. филол. н., доцент,

Дульмухаметова Гульнара Фаридовна,

к. пед. н., доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

СОВРЕМЕННАЯ КУЛЬТУРА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОЦИАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ, АКТУАЛИЗИРУЕМЫХ В НЕОЛОГИЗМАХ С КОМПОНЕНТОМ "CULTURE"

Аннотация. В статье рассматривается активное использование лексемы «культура» для обозначения широкого спектра понятий, начиная от особенностей социального взаимодействия, идеологических установок и заканчивая особенностями досуга и психологических состояний. Авторы полагают, что возникновение ярлыков для различных видов «культур» отражает тренды как современного словоупотребления, так и поведения в эпоху доминирования соцсетей и интернет-коммуникации. Компонент «культура» в неологизмах несет положительные коннотации, придает весомость и значимость социальной практике.

Ключевые слова: неологизм, культура, общественная практика

В настоящее время наблюдается активное использование лексемы «культура» для обозначения широкого спектра понятий, начиная от общественного наследия и заканчивая комму-

никативными и социальными практиками [1]. Складывается впечатление, что любой поведенческий комплекс, получающий распространение в той или иной социальной сфере, нуждается в четком определении как вида значимой культурной практики. Это влечет за собой возникновение многочисленных ярлыков для различных видов «культур», а на деле – модных слов, отражающих тренды как современного словоупотребления, так и тенденций поведения в эпоху доминирования соцсетей и интернет-коммуникации. Важно отметить, что наибольшее влияние на распространение данного феномена оказывает английский язык, где понятие «культура» имеет более нейтральные коннотации чем в русском языке.

В рамках данной публикации мы обращаемся к актуальной проблеме функционирования «культурных» ярлыков и модной тенденции словообразования с опорой на компонент "culture" (культура). Прежде всего, представляется целесообразным рассмотреть само понятие «культура», которое получает разнообразную интерпретацию в работах исследователей разных отраслей знания. Думается такая вариативность объясняется «зыбкостью» и широтой понятия, часто используемого «по отношению к системе символов и значений» [2]. В целом ученые приходят к необходимости трактовать «культуру» в широком смысле – как «совокупность всех образцов человеческой культуры», и узком – как совокупность всех культурных действий и изменений, отраженных в коммуникативной среде, включая культуру человеческого поведения [1. С. 89]. Последнее определение становится отправным для генерации неологизмов – сложных слов с компонентом «культура» для описания совокупности «взглядов, опытов, поведенческих моделей, ценностей определенной группы людей, их представлений о жизни, определяющих поступки и поведение, а также особенностей взаимодействия с другими культурами» [2. С. 85]. Думается, что стремление «навесить этикетку» на любой поведенческий комплекс облагораживает и придает весомость явлению, создает ощущение общности, принадлежности к социальной группе и легитимности ее действий.

Рассмотрим подробнее какие социальные практики в настоящее время маркируются как культурные феномены. Примечательно что чаще всего, неологизмы с компонентом «культура» возникают для определения разнообразных коллективных практик и взглядов, активно пропагандируемых и внедряемых в жизнь современного человека.

Во-первых, сюда входят особенности социального взаимодействия, действий или поведения по отношению к отдельным людям в связи с особенностями их поступков и высказываний. Ярким примером является "cancel culture" – «культура отмены», которая представляет собой экстремальную практику социального отчуждения, бойкотирования публичных персон по разнообразным причинам. Думается, что данный феномен не является новинкой, так как и ранее известные личности подвергались остракизму в силу различных обстоятельств, но любопытен сам факт появления специального термина для легитимизации формы порицания и наказания обществом.

Во-вторых, возникают термины для описания образа жизни и особенностей трудовой деятельности, в частности «культура суеты» (hustle culture; grind culture), которая подразумевает постоянную занятость и трудоголизм на рабочем месте. Данное явление, как способ достижения карьерных высот, активно пропагандируется современными инфлюэнсерами и «продвигается» в рамках корпоративной культуры, однако на поверку, является негативной установкой и ведет к стрессу и выгоранию.

В-третьих, возникают неологизмы с компонентом "culture" для обозначения идеологии современного западного общества, в частности широко и печально известно выражение «воук-культура» (woke culture). Заметим, что термин все чаще воспринимается негативно, несмотря на тот факт, что изначально он подразумевал освобождение от устаревших взглядов и догм, описывал осознание равенства полов, рас и субкультур. Так называемые «пробудившиеся» представители движения критикуются за крайне левую либеральную повестку и фанатизм. В данную группу можно включить идеологически близкие термины "social justice activism and awareness culture" (культура/движение за социальную справедливость и осознанность) и "authenticity culture" (культура аутентичности).

Далее категоризации подвергаются особенности **временипрепровождения** и **досуга** представителей современного общества:

– в цифровой среде и социальных сетях: TikTok culture («Тик-Ток»-культура), Influencer culture (культура инфлюенсеров), Meme culture (культура мемов), Virtual Communities and Gaming culture (культура виртуальных сообществ и геймеров), Travel Vlogging & Digital Nomad culture (культура тревел блогеров и цифровых кочевников) и др.

– в обычной жизни: Fitness & Wellness culture (культура здорового образа жизни и спорта), Hypebeast & Streetwear culture (культура хайпбистов и любителей уличной одежды), DIY & Home Improvement culture (культура самоучек), Pet & Animal culture (культура любителей животных) и т. п.

И в заключение следует упомянуть неологизмы с компонентом «культура», возникшие для описания **психологических проблем** современного поколения, в частности, представляется любопытным термин "FOMO (Fear of Missing Out) culture", подразумевающий «боязнь упустить интересное», состояние типичное для современной молодежи, некоторые представители которой ревностно следят за успехами других людей в соцсетях, испытывают чувство зависти и тревоги относительно качества своей жизни. Очевидно, что подобные негативные эмоции присущи человечеству с незапамятных времен и называть данное явление культурой представляется парадоксальным.

Мы полагаем, что большинство данных неологизмов – это модные слова, призванные придать значимость, улучшить звучание и добавить положительные коннотации в описание достаточно тривиальных явлений. Строго говоря, во многих из вышеупомянутых терминов компонент «культура» подразумевает вид общественного движения, однако слово «движение» исчерпало себя, содержит устаревшие, порой политизированные коннотации и уже не отвечает запросам современного поколения. Лексема «культура», напротив, несет положительные коннотации, придает весомость и значимость той или иной социальной или коммуникативной практике, создает ощущение принадлежности и единства со значимой группой людей. Думается, что рассматриваемые в рамках данной публикации неологизмы реализуют мелиоративную функцию и дают представление об образе жизни «поколения Z», со свойственными ему перформативностью, стремлению к самопрезентации в сети [3; 4].

Подытоживая вышесказанное, можно констатировать, что активное образование неологизмов с компонентом «культура» отражает ценностные установки и мировоззрение «цифрового» поколения, помогает формировать новую социальную действительность и представления о жизни.

Список литературы

1. Белых И. Н. К вопросу об определении сущности и содержания понятия «Интернет-культура» сквозь призму родового понятия «культура» // Инновационные тенденции развития российской науки: Материалы VII Международной научно-практической конференции молодых ученых, Красноярск, 24–26 марта 2014 года. Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2015. С. 288–290.

2. Вильданова Г. А. Национально-культурная специфика непрямого высказывания (на примере американского варианта английского языка) // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2017. № 11(188). С. 85–89. DOI: 10.23951/1609-624X-2017-11-85-89.

3. Вильданова Г. А., Валеева Р. З., Новгородова Е. Е. Повышение мотивации к изучению филологических дисциплин средствами современных масс-медиа // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2020. № 1. С. 149–156.

4. Sirazieva Z. N., Dulmuhametova G. F., Gali G. F. Formation of students' motivation to study business English // Humanities and Social Sciences Reviews. 2019. Vol. 7, No. 6. Pp. 24–27. DOI: 10.18510/hssr.2019.766.

Guzel Agzamovna Vildanova,

PhD, Associate Professor,
Gulnara Faridovna Dulmuhametova,
PhD, Associate Professor,
Kazan Innovation University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

MODERN CULTURE IIN TERMS OF SOCIAL TRENDS MANIFESTED IN NEOLOGISMS WITH “CULTURE” COMPONENT

Abstract. The article examines the active use of the lexeme “culture” to denote a wide range of concepts, ranging from the characteristics of social interaction, ideological attitudes and ending with the characteristics of leisure and psychological states. The authors believe that emergence of labels for different types of “cultures” reflects trends in both modern word usage and behavior in the epoch of social networks and Internet communication dominance. The “culture” component in neologisms carries positive connotations and makes a social practice more meaningful and significant.

Key words: neologism, culture, social practice

References

1. Belyh I. N. K voprosu ob opredelenii sushchnosti i sodержaniya ponyatiya "Internet-kul'tura" skvoz' prizmu rodovogo ponyatiya «kul'tura» // Innovacionnye tendencii razvitiya rossijskoj nauki: Materialy VII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii molodyh uchenyh, Krasnoyarsk, 24–26 marta 2014 goda. Krasnoyarsk: Krasnoyarskij gosudarstvennyj agrarnyj universitet, 2015. S. 288–290.
2. Vil'danova G.A. Nacional'no-kul'turnaya specifika nepryamogo vyskazyvaniya (na primere amerikanskogo varianta anglijskogo yazyka) // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. 2017. № 11(188). S. 85–89. DOI: 10.23951/1609-624X-2017-11-85-89.
3. Vil'danova G.A., Valeeva R.Z., Novgorodova E.E. Povyshenie motivacii k izucheniyu filologicheskikh disciplin sredstvami sovremennyh mass-media // Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv. 2020. № 1. S. 149–156.
4. Sirazieva Z. N., Dulmuhametova G.F., Gali G.F. Formation of students' motivation to study business English // Humanities and Social Sciences Reviews. 2019. Vol. 7, No. 6. Pp. 24–27. DOI: 10.18510/hssr.2019.766.

УДК: 811

Голубева Марина Александровна,
студент,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия
Кузьмина Елена Константиновна,
канд. филол. наук, доцент,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ЯЗЫКОВОЙ ЛАНДШАФТ КАЗАНИ: АНГЛИЦИЗМЫ И ФРАНЦИЗМЫ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Аннотация: Казань, динамично развивающийся мегаполис и неофициальная «третья столица» России, привлекает не только туристов, но и пристальное внимание лингвистов. Языковой ландшафт города, особенно в сфере индустрии красоты, представляет собой увлекательный пример взаимодействия глобализационных процессов и национальной самобытности. Название салонов красоты, пестрящие англицизмами и францизмами, – яркое тому под-

тверждение. «Beauty Studio», «Style House», «Salon de Beauté» – подобные вывески стали привычным явлением, отражая стремление к западным стандартам качества и престижу. Однако за красивыми вывесками скрывается более сложный лингвистический феномен.

Казань – третий по величине город России, привлекает миллионы туристов ежегодно. Только за первые восемь месяцев 2024 года город посетили около 3,2 миллионов человек. Этот туристический бум, наряду с влиянием глобализации и развитием технологий, привел к значительному увеличению количества иноязычных заимствований в городской среде, особенно англицизмов и францизмов.

Наше исследование фокусируется на степени их распространения в сфере индустрии красоты, иллюстрируя более общую картину языковой динамики современного русского языка.

Прежде чем перейти к анализу, определим ключевые понятия.

Англицизмы – это слова и выражения, заимствованные из английского языка или образованные по его образцу.

Францизмы – заимствования из французского, часто отражающие исторические и культурные связи.

Приток иностранных слов в русский язык – процесс длительный и многовековой. Петровская эпоха, безусловно, ознаменовалась существенным увеличением этого потока, принесла около двух тысяч новых слов, прочно вошедших в лексикон. Однако современный масштаб заимствований несравним с прошлыми периодами. Телевидение, интернет, реклама – все это способствует быстрому распространению англицизмов и францизмов, часто без адекватных русских аналогов или в силу их кажущейся краткости и удобства. В Казани, наглядным примером языковой интеграции являются вывески и объявления, часто дублирующиеся на английском и татарском языках наряду с русским.

В сфере индустрии красоты эта тенденция особенно заметна. Салоны красоты пестрят названиями, использующими английские термины: "beauty salon", "spa", "make-up studio" и т. д. Даже названия процедур часто заимствованы из английского: «ботокс», «пилинг», «массаж». При этом интересно отметить, что некоторые заимствования уже стали практически русифицированными, и воспринимаются как полноправные члены русского языка.

Францизмы в этой сфере встречаются реже, чем англицизмы, но их можно найти. Например, термины, связанные с парфюмерией и косметикой, могут иметь французские корни: "laque", "parfum", "poudre", "crème" и т. д. Однако их количество значительно меньше по сравнению с англицизмами, что отражает преобладающее влияние англоязычной культуры в современном мире.

Следует отметить, что наблюдаемая тенденция не только иллюстрирует глобализацию, но также поднимает вопросы о сохранении чистоты русского языка и о возможности замены иноязычных заимствований русскими аналогами. Некоторые специалисты обеспокоены потенциальной утратой уникальности русского языка и его культуры. В то же время некоторые лингвисты считают заимствования естественным процессом развития любого языка, отражающим взаимодействие культур и обмен информацией.

Языковой ландшафт Казани, как и многих других крупных городов России, демонстрирует сложную и динамичную картину взаимодействия русского языка с иноязычными заимствованиями. Гуляя по городу Казань, мы встретили такие салоны красоты и магазины косметики: *Inhype Beauty Zone*, *Epil & nails*, *Lisse*, *City style*, *Mad Man*, *DeVille*, *Be on Top*, *Snegana studio*, *Chair*, *Soulway*, *Nail Skulptor*, *Ewelry Soul and Body*, *I'm*, *Easy nails*, *Goodjobhair*, *Hi lash*, *Sugar mami*, *Future's*, *City style*, *Cherry nail&beauty*, *Dr. Laser*, *Kazan Beauty Atelier*, *Volga Elegance Salon*, *Kremlin Charm*, *The Kazan Pearl*, *Ruby & Rose Salon*, *Imperial Beauty*, *Kazan Style House*, *Urban Beauty Kazan*, *Studio KZN*, *The Gloss Bar*, *Kazan Glow*, *Chic & Co*, *Velvet Touch Salon*, *Style Lab Kazan*, *Kazan Hair & Beauty*, *The Beauty Spot (Kazan)*, *Classic Cuts & Colors*, *Kazan Beauty Lounge*, *The Sviyaga Spa*, *Blue Mosque Beauty*, *Pavlov studio*, *Vitalina Brown*, *Lady and Gentleman style*, *Brilliants*, *Sava beauty*, *Renaissance*, *Dry Bar E.V.A*, *Leopold Hair Studio*, *Face look*», *4LOOKS* и другие.

Нам встретилось 79 английских и французских названий салонов красоты города Казань.

Следует заметить, что наибольшее количество брендов имеет исключительно французское или английское название: *Heaven, Elle, Diamond, MONTBLANC, Ocean of Life Charme, Imperial Beauty, Jolie* и т. д.

Некоторые бренды на английском названы при помощи объединения русских слов и английских или французских слов, при этом сохраняется написание слов как на русском, так и на других языках: «Beauty – территория», «El’эстетика».

Некоторые названия салонов красоты сохраняют английское написание русских слов: *Lashmama.studio, Beautydom, Pesok, YOU-La, Skazka*.

Названия брендов, которые перешли в русский язык из английского и французских при помощи транслитерации: «Эпилъе», «Кристалл», «Депилюкс», «Голливуд», «Шарм», «Ле Солей», «Соланж».

Часть салонов красоты носит русские или татарские имена и фамилии, название города, но написаны они на латинице: *Fahrutdinov Studio, Pavlov studio, Vitalina Brown, Kazan Beauty Atelier, Kazan Style House, Style Lab Kazan, Elena, Urban Beauty Kazan*.

Казанский рынок салонов красоты – яркий пример языковой мозаики, отражающий тенденции современного русского языка. Анализ названий этих предприятий показывает, насколько активно используются англицизмы и францизмы, формируя не только запоминающиеся бренды, но и влияя на восприятие самой индустрии красоты. Исследование, начатое на основе анализа названий, позволяет сделать несколько важных выводов, выходящих за рамки простого констатации фактов. Действительно, использование заимствованных слов в названиях салонов красоты выполняет несколько ключевых функций, таких как:

- Информативность и краткость: слова типа «Studio», «Style», «Beauty» не требуют дополнительных пояснений, мгновенно сообщая о сфере деятельности;

- Запоминаемость: благодаря своей необычности и звучности, они легко откладываются в памяти.

- Престиж: ассоциации с западными брендами и стандартами качества создают эффект высокого статуса и привлекают клиентов, ориентированных на модные тренды. Мы можем привести конкретные примеры: *Glamour Studio, Perfect Look, Le Chic*, – названия, интуитивно понятные и эффективные.

Заслуживает отдельного внимания феномен языковой игры, основанный на совпадении или сходстве английских и русских слов. Например, название «Стиль & Style» играет на этом сходстве, усиливая эффект запоминаемости и создавая ощущение гармонии между двумя языковыми культурами. Такие названия наглядно демонстрируют гибкость и адаптивность русского языка к заимствованиям. Другой пример – использование аллитерации, как в названии «Прекрасный Профиль» (схожесть звуков П и П). Такой прием делает название более мелодичным и легко запоминающимся.

Использование иностранных слов в названиях казанских салонов красоты, безусловно, свидетельствует о глобализации и изменении менталитета. Многие жители Казани, особенно молодое поколение, воспринимают англицизмы и францизмы как маркеры престижа и моды, ассоциируя их с высоким качеством услуг. Это отражает расширение кругозора, доступ к западной культуре и желание соответствовать международным стандартам. Заимствования, как правило, адаптируются к русской фонетике и грамматике, легко интегрируясь в речь. Однако чрезмерное использование иностранных слов вызывает обоснованные опасения. Некоторые эксперты отмечают, что избыток англицизмов и францизмов может приводить к обеднению русского языка, вытеснению синонимов и, как следствие, потере культурной самобытности. Например, вместо «салон красоты» используется «бьюти-салон», хотя русский эквивалент вполне адекватно передает смысл. Такое явление можно наблюдать не только в Казани, но и по всей России, что свидетельствует о более масштабной языковой тенденции. Более того, в погоне за модой, владельцы салонов иногда используют искусственные англицизмы, не имеющие аналогов в английском языке, что создает ощущение искусственности и неестественности. Это подчеркивает не только влияние глобализации, но и определенный уровень маркетинговой

неграмотности. В данном случае использование иностранных слов служит не столько для обогащения языка, сколько для создания иллюзии престижа и привлечения клиентов.

Как уже упоминалось выше, заимствования – это не просто модный тренд. Они отражают глубинные социокультурные изменения. Таким образом, языковой ландшафт казанской индустрии красоты – это сложная и многогранная картина. С одной стороны, заимствования обогащают лексикон, отражая глобализационные процессы и открытость к западной культуре. С другой стороны, чрезмерное использование иностранных слов может привести к негативным последствиям для русского языка и национальной идентичности. В идеале, необходимо стремиться к балансу, используя иностранные слова целесообразно и в меру, не в ущерб богатству и красоте русского языка.

Мы считаем, что дальнейшие исследования должны быть направлены на более глубокий анализ влияния заимствований на развитие русского языка и формирование новой языковой картины в контексте многонациональной среды Казани. Например, можно исследовать влияние татарского языка на названия салонов красоты, а также наблюдать за изменениями в лингвистическом ландшафте города в динамике. Только комплексный подход позволит полноценно оценить все аспекты этого интересного явления.

Список литературы

1. Англицизмы в русском языке [Электронный ресурс]: Англицизмы в русском языке. URL: <http://azenglish.ru/anglicizmy-v-russkom-yazyke>
2. Исянов К. Р. Лингвистический анализ, типология и локализация отечественных и иностранных коммерческих названий: автореф. дисс. к. филол. н. Уфа, 2012. 17с.
3. Толковый словарь Ожегова онлайн [Электронный ресурс]. URL: <http://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=473>

Golubeva Marina Alexandrovna,
student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

Kuzmina Elena Konstantinovna,
PhD, Assistant Professor,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,
Kazan, Russia

THE LINGUISTIC LANDSCAPE OF KAZAN: ANGLICISMS AND FRANCISMS IN THE BEAUTY INDUSTRY

Abstract. Kazan, a dynamically developing metropolis and the unofficial «third capital» of Russia, attracts not only tourists, but also the close attention of linguists. The linguistic landscape of the city, especially in the field of the beauty industry, is a fascinating example of the interaction of globalization processes and national identity. The name of beauty salons, full of Anglicisms and Francisms, is a vivid confirmation of this. «Beauty Studio», «Style House», «Salon de Beauté» – such signs have become a common phenomenon, reflecting the desire for Western quality standards and prestige. However, behind the beautiful signs there is a more complex linguistic phenomenon.

References

1. Anglicisms in the Russian language [Electronic resource]: Anglicisms in the Russian language. URL: <http://azenglish.ru/anglicizmy-v-russkom-yazyke/>
2. Isyanov K. R. Linguistic analysis, typology and localization of domestic and foreign commercial names: abstract. diss. K. philol. Ufa, 2012. 17 c.
3. Ozhegov's explanatory Dictionary online [Electronic resource]: URL: <http://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=473>

Дульмухаметова Гульнара Фаридовна,

к. пед. н., доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

Сиразиева Зарина Наилевна,

к. филол. н., доцент,

Казанский федеральный университет, Институт управления, экономики и финансов

Вильданова Гузель Агзамовна,

к. филол. н., доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ОБЩЕНИЕ КАК ОСОБЫЙ ВИД МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Аннотация. В данной статье рассматриваются актуальные вопросы межкультурной коммуникации. Авторы статьи акцентируют особое внимание на повышенный интерес к изучению культур разных народов. В статье обсуждаются основные компоненты успешности межкультурного взаимодействия, способность людей осознавать и анализировать межкультурные отличия, проявление толерантного отношения к другой культуре. Авторами статьи представлены определенные трудности, возникающие в процессе понимания в условиях межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: межкультурное общение, обучение, иностранный язык, межкультурное взаимодействие, студент

Проблема межкультурной коммуникации является актуальной на сегодняшний день. Каждый год наблюдается увеличение количества международных контактов и это оказывает влияние на определенные цели обучения иностранного языка. Данные вопросы, главным образом, должны освещаться преподавателями студентам и магистрантам направления «Лингвистика», «Педагогическое образование» на практических и лекционных занятиях. Это может быть проявление повышенного интереса к изучению культур разных народов, выдвижение культурологии на первый план, наличие публикаций на тему диалогов, проведение конференций. Например, проведение международных или всероссийских научно-практических конференций, симпозиумов по главным вопросам культуры, методических семинаров – все это говорит о большой заинтересованности к проблемам культуры. Если говорить о принципе диалога культур, то его следует рассматривать как основной принцип межкультурного обучения иностранным языкам (в нашем случае речь идет о английском, французском, немецком и китайском языках). И здесь в качестве средства взаимного познания рассматривается сотрудничество между людьми из различных культур. В результате тесного взаимодействия проходят ежегодные зарубежные годовые и полугодовые стажировки студентов, поступление специалистов в магистратуры различных китайских университетов и преподавание приглашенных китайских ученых.

Особенно важным на период профессиональной подготовки рассматривается межкультурный подход, так как одним из важных качеств выступает межкультурное общение. Для современного специалиста данное качество находится в приоритете. Мы считаем, что для студентов межкультурное общение занимает первое место среди приобретаемых навыков [1].

Многие исследователи в своих научных работах описывают и рассматривают гипотезу Сепира-Уорфа как одну из необходимых теоретических концепций. Здесь речь идет о проводимых исследованиях, основанные на межкультурных отношениях и коммуникациях. Прежде всего можно говорить о наличии грамматической и семантической структуры языка в самой концепции, которые направлены на определенные особенности восприятия реального мира,

особенности мышления [3]. Например, если рассматривать категорию рода в русском и английском языках, то здесь мы можем увидеть следующую картину, а именно в английском языке м.р. или ж.р. имеют только существительные, обозначающие живые существа. Что касается русского языка, то данный факт не является обязательным. Например, «мама» ж. р. совпадает с английским "mother" ж. р., «сын» м. р. с английским "son" м. р. Но, если мы рассмотрим лексему «яблоня» ж. р., то она будет совпадать с английским вариантом "apple tree" ср.р. (it).

Следующая важная особенность – необходимо рассматривать языковую картину мира в качестве отражения социокультурной картины мира. Она отражает реальность сквозь призму культурной картины мира. Наличие определенных знаний могут быть связаны с видением мира представителями другой социокультурной общности.

В условиях межкультурной коммуникации в процессе понимания, восприятия информации на иноязычной речи могут возникать некоторые трудности. Например, при вербальном общении у людей иногда могут появляться искажения полученной информации [6]. Или могут возникать трудности, связанные со значением слова, где может раскрываться социокультурная принадлежность человека к соответствующему обществу.

Для того, чтобы люди могли понимать друг друга, следует обладать необходимыми знаниями о коммуникативных навыках в общении, наличие определенных коммуникативных компетенций, которые основаны на знаниях о мире. Например, разговаривая с англичанином, необходимо постоянно использовать вежливые слова и извинения ("Sorry for interrupting you", "I'm terribly sorry!", "Thank you very much", "Excuse me", "Pardon", "It's very kind of you!"). Англичане очень пунктуальные люди, поэтому при общении с ними следует это принимать во внимание, обращать внимание на жесты, соблюдать основные правила и законы, а также помнить о обычаях и традициях.

По словам Е. М. Верещагина, необходимо «усвоение не только плана выражения некоторого языкового явления, но и плана содержания» [2. С. 30]. В данном утверждении автор акцентирует внимание на формирование понятия о новых предметах и явлениях в сознании студентов.

Мы можем говорить о успешном взаимодействии культур, когда человек приходит к признанию о необходимости жизни людей в разных культурах мира. Человек должен проявлять уважение не только самому себе, но и окружающим людям. Данный процесс возникает в мышлении человека и связан с процессом восприятия информации на иноязычной речи.

Специфика условий продуктивного общения в межкультурной ситуации может заставить преподавателя иностранного языка обращать особое внимание на проблему правильного, грамотного, понятного разъяснения информации [5]. При наличии данных условий преподаватель будет стараться фиксировать особенности вербального и невербального поведения собеседника, стараться не допускать коммуникативного конфликта. На основании социокультурного опыта обучающихся происходит успешное и продуктивное обучение межкультурному общению [4].

Таким образом, следует отметить, межкультурное общение является одним из особых видов межличностного взаимодействия между людьми. Межкультурное общение при обучении иноязычной речи играет важную роль в приобщении студентов к картине мировосприятия, воспитанию готовности приспосабливаться, адаптироваться к культуре другого народа.

Список литературы

1. Вильданова Г. А. Национально-культурная специфика непрямого высказывания (на примере американского варианта английского языка) // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2017 № 11(188). С. 85–89. DOI: 10.23951/1609-624X-2017-11-85-89.
2. Воробьев, И. С. Актуальные вопросы межкультурного общения / И. С. Воробьев. // Молодой ученый. – 2023. – № 24 (471). – С. 430–432.
3. Гончарова Н. А., Золотарева Н. В. // Языковая глобализация: влияние русского языка на культуры и язык в мире. Глобальный научный потенциал. 2022. № 4(133). 2022. С. 193–195.

4. Гудков, Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации: учебник для вузов / Д. Б. Гудков. – М.: Гнозис, 2003. – 288 с.
5. Дульмухаметова Г. Ф. Обучение студентов иностранному языку с использованием компетентного подхода / Г. Ф. Дульмухаметова // Многоуровневая языковая подготовка в условиях поликультурного общества. Материалы VII международной научно-практической конференции. Составитель Е. Е. Новгородова, науч. редакторы А. В. Фахрутдинова [и др.]. 2020. С. 28–31.
6. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М.: СмартБук 2009. – 656 с.

Gulnara Faridovna Dulmuhametova,

PhD, Assistant Professor,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

Zarina Nailevna Sirazieva,

Kazan Federal University, Institute of Management, Economics and Finance

Guzel Agzamovna Vildanova,

PhD, Assistant Professor,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

INTERCULTURAL COMMUNICATION AS A SPECIAL TYPE OF INTERPERSONAL INTERACTION

Abstract. This article examines current issues of intercultural communication. The authors of the article focus on the increased interest in studying the cultures of different peoples. The article discusses the main components of successful intercultural interaction, the ability of people to recognize and analyze intercultural differences, and the manifestation of a tolerant attitude toward another culture. The authors of the article present certain difficulties that arise in the process of understanding in the context of intercultural communication.

Keywords: intercultural communication, learning, foreign language, intercultural interaction, student

References

1. Vildanova G. A. National and cultural specificity of indirect utterance (on the example of the American version of the English language) // Bulletin of Tomsk State Pedagogical University. 2017, No. 11 (188). P. 85-89. DOI: 10.23951/1609-624X-2017-11-85-89.
2. Vorobyov I. S. Actual issues of intercultural communication / I.S. Vorobyov. // Young scientist. – 2023. – No. 24(471). – P. 430–432.
3. Goncharova N. A., Zolotareva N. V. // Language globalization: the influence of the Russian language on cultures and language in the world. Global scientific potential. 2022. No. 4 (133). 2022. Pp. 193–195.
4. Gudkov, D. B. Theory and practice of intercultural communication: a textbook for universities / D. B. Gudkov. – М.: Gnosis, 2003. – 288 p.
5. Dulmukhametova G. F. Teaching students a foreign language using a competence-based approach / G. F. Dulmukhametova // Multilevel language training in a multicultural society. Proceedings of the VII international scientific and practical conference. Compiler E. E. Novgorodova, scientific editors A. V. Fakhrutdinova. 2020. Pp. 28–31.
6. Pocheptsov, G. G. Theory of communication / G. G. Pocheptsov. – М.: SmartBook 2009. 656 p.

Уткина Наталья Владимировна,
к. э. н., доцент кафедры туризма,
Иванова Анна Максимовна,
студент образовательного направления «Сервис»,
Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ПРОБЛЕМАТИКА ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА В НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ: КРАТКИЙ ОБЗОР

Аннотация. В работе представлены результаты библиометрического анализа научных статей, размещенных в электронной библиотеке eLibrary и освещающих различные аспекты исследований по теории и практике развития инклюзивного туризма. Глубина исследования охватывает период 2019–2024 гг. Авторами выявлены основные направления научных исследований по указанной проблематике, показана взаимосвязь между ростом количества научных публикаций российских ученых и активизацией внимания к теме инклюзивного туризма в РФ со стороны органов государственной власти.

Ключевые слова: инклюзивный туризм, индустрия туризма, люди с инвалидностью, библиометрический анализ

Инклюзивный туризм (фр. *Inclusif* – включающий в себя, лат. *Include* – заключаю, включаю) – процесс развития туризма, который подразумевает доступность туризма для всех, в плане приспособления инфраструктуры туристических центров и объектов туристского показа к различным нуждам всех людей, в том числе инвалидов, пожилых, их опекунов и членов семей, людей с временными ограниченными возможностями, семей с маленькими детьми [1]. Можно рассматривать инклюзивный туризм как особый подход к управлению индустрией туризма и организации туристских путешествий, во главе которого – понимание и учет потребностей в обеспечении всех элементов доступности среды: информационной, архитектурной (физической), когнитивной и пр.

В Российской Федерации интерес к проблематике инклюзивного туризма постоянно растет. На это влияет несколько факторов. Во-первых, внедрение идей концепции устойчивого развития в практику государственного и корпоративного управления. Во-вторых, усиление внимания к сфере туризма как к инструменту социально-экономического развития страны со стороны органов государственной власти. В-третьих, увеличение количества маломобильных категорий населения (людей пенсионного возраста, людей с инвалидностью) и обострение проблемы инвалидности, в том числе по причине участия в военных действиях. В-четвертых, включение инклюзивного туризма в стратегии устойчивого развития отдельных российских регионов. Все вышесказанное обуславливает актуальность проведения библиометрического анализа научных публикаций, освещающих различные аспекты исследований по теории и практике развития инклюзивного туризма.

Цель – представить современное состояние дел в теории и практике развития инклюзивного туризма в Российской Федерации.

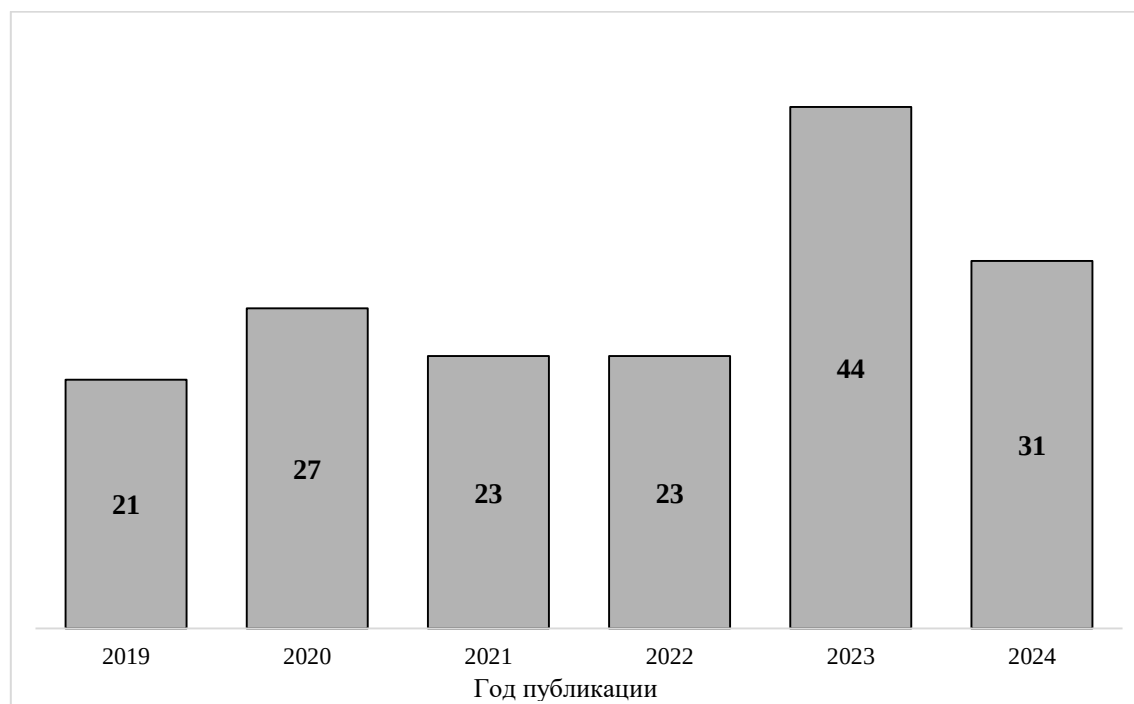
Задачи:

- проанализировать количественную динамику публикационной активности по тематике инклюзивного туризма за последние пять лет;
- определить основные направления научных исследований по тематике инклюзивного туризма;
- выявить взаимосвязи публикационной активности и практики развития инклюзивного туризма в Российской Федерации.

Для проведения исследования использованы методы многофакторной систематизации, критического анализа, синтетического обобщения в широком контексте («helicopter view»). Источником информации послужили научные публикации, размещенные в базе данных eLibrary

(РИНЦ). Выборку исследования составили научные статьи¹⁰, опубликованные за период 2019 – 2024 гг. Основной акцент был сделан на изучении содержания научных статей об инклюзивном туризме российских авторов.

Проведенный анализ показал, что за период 2019–2024 гг. в базе данных eLibrary проиндексировано более 160 научных статей по тематике «инклюзивный туризм». Количественная динамика по годам представлена на рисунке 1. Пик публикационной активности приходится на 2023 год (44 публикации). Основной массив научных работ, проиндексированных в РИНЦ в 2023 году, посвящен осмыслению современного состояния и возможностей развития инклюзивного туризма как в Российской Федерации в целом, так и в отдельных территориях (субъектах РФ, муниципальных районах, городах и пр.). В контексте нашего исследования интерес представляет статья Н. А. Григорьевой, Л. В. Дробышевой и М. М. Дробышевой [2], где авторы делают обзор научной литературы по теории и практике туризма лиц с ограниченными возможностями здоровья¹¹. Безусловно, эта публикация рассматривалась нами как некая отправная точка для проведения собственного библиометрического анализа. Теоретически значимой по своему содержанию является статья О. Е. Пироговой, А. В. Мустафиной, А. Э. Гамидовой [3], в которой акцент сделан на изучении вопросов понятийного аппарата инклюзивного туризма.



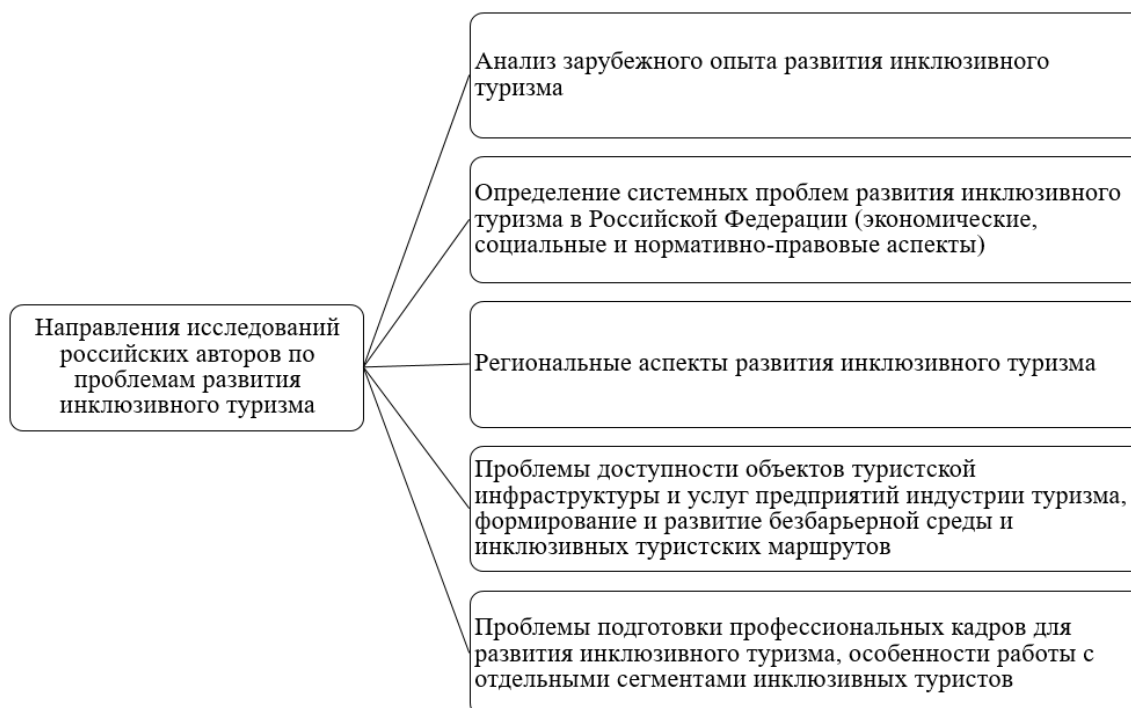
Источник: составлено авторами по данным Elibrary.ru. URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 21.11.2024)

Рис. 1. Динамика публикационной активности (количество публикаций по годам) по тематике «инклюзивный туризм» за период 2019–2024 гг.

¹⁰ Примечание: поиск по базе данных eLibrary осуществлялся по ключевому словосочетанию «инклюзивный туризм» в названии, аннотации и ключевых словах; тип публикации – «статьи в журналах»; параметры поиска – «искать с учетом морфологии».

¹¹ Примечание: туризм лиц с ограниченными возможностями здоровья или инвалидностью является одним из направлений инклюзивного туризма, поскольку к категории инклюзивных туристов также относят людей пенсионного возраста, семьи с маленькими детьми, беременных и кормящих женщин и других туристов, имеющих особые требования к доступности среды.

В целом проведенный нами анализ научных статей, опубликованных за период 2019–2024 гг., позволил выявить следующие основные направления исследований по проблемам развития инклюзивного туризма (рис. 2).



Источник: составлено авторами.

Рис. 2. Основные направления исследований по тематике «инклюзивный туризм», нашедших отражение в научных статьях, проиндексированных в РИНЦ за период 2019–2024 гг.

Перечень основных направлений исследований по тематике «инклюзивный туризм» (рис. 2) дает представление о современном научном ландшафте изучения инклюзивного туризма, как социально-культурного феномена. Диапазон исследований во многом определяется развитием инклюзивной практики в России, внедрением инклюзии во все сферы общественной жизни. Статьи по проблемам инклюзивного туризма, как правило, носят кросс-дисциплинарный и междисциплинарный характер. Многие исследования посвящены изучению экономических, социальных и нормативно-правовых аспектов развития инклюзивного туризма в Российской Федерации. При этом основной акцент в публикациях сделан на изучении вопросов, связанных с туризмом людей с инвалидностью разных нозологических групп.

Научные исследования также можно разделить на концептуальные (рассматривающие теоретические аспекты, включая терминологию и методологию исследований инклюзивного туризма) и практико-ориентированные. Среди представленного перечня направлений исследований своей практико-ориентированностью выделяются научные статьи с результатами исследований психолого-педагогических и технико-медицинских аспектов работы с различными категориями инклюзивных туристов. В качестве примеров здесь можно привести научные статьи А. С. Малафий [4], Т. В. Подольской и Е. А. Васюты [5]. Высокой практической значимостью отличаются научные публикации, освещающие вопросы оценки уровня доступности объектов туристской инфраструктуры и услуг предприятий индустрии туризма. В частности, этой теме посвящены работы Е. Ю. Никольской, О. Е. Афанасьева, Д. В. Галкина, О. Г. Солнцевой [6], М. Д. Плотникова, В. С. Плотникова [7], Л. Б. Есиной, Н. В. Уткиной, С. В. Зинченко [8] и ряда других авторов. Научный интерес представляют публикации с результатами

анализа влияния инклюзивного туризма на экономическое развитие Российской Федерации и отдельных административно-территориальных образований [9, 10].

Таким образом, проведенное исследование показало наличие разностороннего научного интереса к тематике инклюзивного туризма с позиции разных отраслей научного знания: экономики, социологии, юриспруденции, педагогики, психологии, медицины и пр. Рост количества научных публикаций по различным аспектам исследований во многом обусловлен активизацией внимания к этой теме со стороны органов государственной власти, формированием условий и внедрением механизмов стимулирования работы различных субъектов хозяйствования в этой сфере деятельности. В частности, развитие инклюзивного туризма нашло отражение в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, Национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства» и Государственной программе Российской Федерации «Развитие туризма» утвержденной в 2021 году.

Следует отметить, что в 2023–2024 гг. на государственном уровне активизировалась работа по нормативно-правовому регулированию инклюзивного туризма. В июле 2024 года в Государственную Думу Российской Федерации внесен Законопроект об инклюзивном туризме. Законопроектом предлагается внести изменения в два федеральных закона: № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации». К работе над развитием в России инклюзивного туризма стали подключаться профессиональные туристские сообщества и объединения, такие как Российский союз туриндустрии, Общенациональный союз индустрии гостеприимства, Общенациональная ассоциация автомототуризма и караванинга, Ассоциация туроператоров России и другие. Большое влияние на развитие инклюзивного туризма оказывает некоммерческий сектор, в частности, социально ориентированные некоммерческие организации, занимающиеся проблемами социальной адаптации людей с инвалидностью и социальным туризмом. Знания об инклюзивном туризме будут расширяться по мере роста количества путешествующих лиц, формирующих категории инклюзивных туристов. Значительное влияние будет оказывать увеличение количества доступных туристских направлений (дестинаций) и инклюзивных маршрутов.

Активная работа в практической плоскости еще больше стимулирует научное сообщество на поиск научно-обоснованных подходов и решений развития инклюзивного туризма. Это, в свою очередь, приведет к увеличению количества публикаций по исследуемой тематике.

Список литературы

1. Межова Л. А., Летин А. Л., Луговская Л. А. Теория и практика организации инклюзивного туризма в России и зарубежом // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1. – С. 849.
2. Григорьева Н. А., Дробышева Л. В., Дробышева М. М. Инклюзивный туризм: основные подходы и направления исследования // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2023. – Т. 31, № 3. – С. 350–359. – DOI: 10.32687/0869-866X-2023-31-3-350-359.
3. Пирогова О. Е. Мустафина А. В., Гамидова А. Э. Инклюзивный туризм: понятие и сущность // Управленческое консультирование. – 2023. – № 6(174). – С. 81–89. – DOI: 10.22394/1726-1139-2023-6-81-89.
4. Малафий А. С. Методика педагогической подготовки экскурсоводов к работе с людьми с нарушениями функции опорно-двигательного аппарата в условиях инклюзивного туризма // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2019. – Т. 4, № 3. – С. 112–117. – DOI: 10.24411/2500-0365-2019-14319.
5. Подольская Т. В. Васюта Е. А. Ассистивные технологии как перспективный катализатор инклюзивности туристической отрасли // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. – 2024. – № 2(22). – С. 41–50. – DOI: 10.18572/2686-858X-2024-22-2-41-50.
6. Оценка доступности музейной среды для посетителей с ограниченными возможностями здоровья / Е. Ю. Никольская, О. Е. Афанасьев, Д. В. Галкин, О. Г. Солнцева // Сервис

в России и за рубежом. – 2021. – Т. 15, № 4(96). – С. 151-168. – DOI: 10.24412/1995-042X-2021-4-151-168.

7. Плотникова М. Д. Плотникова В. С. Доступность услуг горного парка Рускеала, для людей, имеющих проблемы опорно-двигательного аппарата // E-Scio. – 2021. – № 5(56). – С. 630–634.

8. Уткина Н. В., Зинченко С. В., Есина Л. Б. Методика оценки доступности объектов и услуг организаций индустрии туризма и гостеприимства для людей с инвалидностью // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 8(157). – С. 1442-1449. – DOI: 10.34925/EIP.2023.157.8.273.

9. Вашкевич Н. П. Барыкин С. Е. Методические подходы к использованию инклюзивного туризма как инструмента экономического развития Российской Федерации // Исследование проблем экономики и финансов. – 2023. – № 4. – DOI: 10.31279/2782-6414-2023-4-7.

10. Мустафина А. В. Пирогова О. Е. Исследование детерминант развития валового регионального продукта Санкт-Петербурга на основе моделирования вклада инклюзивного туризма // Ученые записки Международного банковского института. – 2023. – № 3(45). – С. 93–103.

Natalia Vladimirovna Utkina¹, Anna Maksimovna Ivanova²

¹Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism

²Student of the educational direction «Service»

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov,
Kazan, Russia

THE PROBLEMS OF INCLUSIVE TOURISM IN SCIENTIFIC RESEARCH: A BRIEF OVERVIEW

Abstract. Presents the results of a bibliometric analysis of scientific articles published in the electronic library eLibrary and covering various aspects of research on the theory and practice of inclusive tourism development. The depth of the study covers the period 2019 – 2024. The authors identified the main directions of scientific research on this issue, showed the relationship between the increase in the number of scientific publications of Russian scientists and the increased attention to the topic of inclusive tourism in the Russian Federation by public authorities.

References

1. Mezheva L. A., Letin A. L., Lugovskaya L. A. Teoriya i praktika organizatsii inkluzivnogo turizma v Rossii i za rubezhom. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*. 2015. Vol. 1. Iss. 1. P. 849.

2. Grigorieva N. A., Drobysheva L. V., Drobysheva M. M. Inclusive tourism: main approaches and research directions. *Problems of social hygiene, health care and the history of medicine*. 2023. Vol. 31. Iss. 3. Pp. 350–359. – DOI: 10.32687/0869-866X-2023-31-3-350-359.

3. Pirogova O. E. Mustafina A. V., Gamidova A. E. Inclusive tourism: concept and essence. *Management consulting*. 2023. Vol. 6. Iss. 174. P. 81-89. – DOI: 10.22394/1726-1139-2023-6-81-89.

4. Malafiy A. S. Methodology of pedagogical training of guides to work with people with disorders of the musculoskeletal system in conditions of inclusive tourism. *Physical culture. Sport. Tourism. Motor recreation*. 2019. Vol. 4. Iss. 3. Pp. 112–117. – DOI: 10.24411/2500-0365-2019-14319.

5. Podolskaya T. V. Vasyuta E. A. Assistive technologies as a promising catalyst for inclusivity of the tourism industry. *Professorial Journal. Series: Recreation and tourism* 2024. Vol. 2. Iss. 22. P. 41-50. – DOI: 10.18572/2686-858X-2024-22-2-41-50.

6. Nikolskaya E. Yu., Afanasyev O. E., Galkin D. V., Solntseva O. G. Assessment of accessibility of the museum environment for visitors with disabilities. *Service in Russia and abroad*. 2021. Vol. 15. Iss. 4(96). Pp. 151–168. – DOI: 10.24412/1995-042X-2021-4-151-168.

7. Plotnikova M. D. Plotnikova V. S. Accessibility of Ruskeala Mountain Park services for people with musculoskeletal system problems. *E-Scio*. 2021. Vol. 5. Iss. 56. Pp. 630–634.
8. Utkina N. V., Zinchenko S. V., Esina L. B. Methodology for assessing the accessibility of facilities and services of organizations of the tourism and hospitality industry for people with disabilities. *Economics and entrepreneurship*. 2023. Vol. 8. Iss. 157. Pp. 1442–1449. – DOI: 10.34925/EIP.2023.157.8.273.
9. Vashkevich N. P. Barykin S. E. Methodological approaches to the use of inclusive tourism as an instrument of economic development of the Russian Federation. *Research of problems of economics and finance*. 2023. Vol. 4. – DOI: 10.31279/2782-6414-2023-4-7.
10. Mustafina A. V. Pirogova O. E. A study of the determinants of the development of the gross regional product of St. Petersburg based on modeling the contribution of inclusive tourism. *Scientific notes of the International Banking Institute*. 2023. Vol. 3. Iss. 45. Pp. 93–103.

УДК: 159.98

Исламов Тимур Ниязович,

аспирант,

Казанский инновационный университет В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

ГОСТЕПРИИМСТВО В БИБЛИОТЕКАХ КАК ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ УСПЕШНОЙ БИБЛИОТЕРАПИИ

Аннотация. Библиотеки играют роль психоэмоциональных решений в отношении их читателей методом библиотерапии. Терапия начинает действовать параллельно гостеприимству. Ключевые факторы:

1. Эмоциональный аспект состояния читателя.
2. Физический комфорт восприятия окружающего пространства.
3. Социальное восприятие читателя

Эти факторы влияют на то, останется ли читатель в библиотеке, соответственно, будут ли библиотерапевтические методы влиять на психоэмоциональное состояние человека на основе его личного первичного восприятия общей атмосферы библиотечного пространства.

Ключевые слова: библиотерапия, гостеприимство, психоэмоциональное состояние, библиотечное пространство

Наверное, у всех на слуху выражение «проходи и чувствуй себя как дома». Обычно его используют, когда люди приходят друг к другу в гости. Но никто не отменял того факта, что это же выражение можно применять и к другим локациям, например, к библиотекам. Ранее, лет 10–20 назад библиотеки ассоциировались у всех с чем-то скучным, тихим и, порой, монотонным. Что на самом деле было правдой. Однако прогресс не стоит на месте. Вкусы и интересы у общества меняются параллельно с его развитием в мире, и сегодня библиотеки – это уже не что-то скучное и тихое. Сегодня – это увлекательное и масштабное, быстроразвивающееся и мобильное. Сегодня библиотеки играют роль психоэмоциональных решений в отношении их читателей, а именно методом библиотерапии. Именно библиотерапия начинает действовать, можно сказать, с момента прихода читателя и до завершения его пребывания в стенах библиотек. Отсюда мы видим следующее развитие возможных интересных решений:

1. Каждого гостя встречают сотрудники библиотек. Они отвечают на его вопросы и курируют его на протяжении всего времяпрепровождения в стенах библиотек. Это можно отнести к эмоциональному аспекту состояния читателя.
2. Каждый гость, как только входит в библиотечное пространство, обращает внимание на окружающую его среду. Это можно отнести к физическому комфортному восприятию окружающего пространства.

3. Каждому читателю может быть предложено посещение самых различных интерактивных элементов в библиотеках, таких как концерты, лекции, мастер-классы и прочее, проводимое в рамках библиотечных программ. Это уже можно отнести к социальному восприятию читателя в стенах библиотек.

Все это в совокупности играет большую роль в том, останется ли читатель в данной библиотеке, соответственно, будут ли и смогут ли библиотерапевтические методы влиять на психоэмоциональное состояние человека на основе его личного первичного восприятия или смогут ли дать ему чувство эмоциональной поддержки.

Личные наблюдения и практика показывают, что эффективность общей атмосферы библиотеки и готовность сотрудников принимать гостей напрямую влияет на последующие решения читателей касательно пребывания в библиотеке и на эффективность библиотерапевтических мероприятий. Читателю должно быть комфортно и безопасно в библиотечной среде, в том числе, должно присутствовать дружелюбное ощущение со стороны сотрудников, и именно благодаря такой комбинации, у него вполне может сложиться решение посещать данную библиотеку снова и снова[1]. Те сотрудники, что готовы проявлять заботу и внимание к посетителям, именно они создают основу для доверительных отношений.

К примеру, основываясь на личном опыте и наблюдениях, в лучших российских библиотечных пространствах практикуются самые разнообразные стратегии повышения уровня гостеприимства. Рассмотрим на примере центральной библиотечной системы г. Казани (ЦБС) и Государственной библиотеке для молодежи (РГБМ). В обеих библиотечных системах применяются такие решения, как культмассовые мероприятия и терапевтические чтения. Также хочу отметить, что профессионализм сотрудников тоже имеет большое значение. Умение выстраивать диалог с людьми и иметь минимальную базу по основам психологии помогают выстраивать более четкую и слаженную коммуникацию с читателями, особенно, с новыми, тем самым, создавать для них комфортную среду пребывания. Внедрение такой внутренней политики позволяет преобразить библиотеку в пространство, где гости могут чувствовать себя не только в безопасности, а также иметь желание развиваться в личных увлечениях и профессиональных делах.

Сейчас условия и требования по качеству у населения возрастают ко всему. В этих условиях библиотеки теперь выступают не только как центры знаний, но и как площадки, в которых можно развиваться личностно и социально. Библиотерапия направлена на обеспечение психоэмоциональной поддержки через чтение книг и посещение мероприятий, тем самым она становится важным инструментом работы с различными категориями населения, также хочется отметить, что для успеха реализации библиотерапии требуется создание благоприятной среды, в которой посетитель будет чувствовать себя комфортно и защищенно. В этом контексте гостеприимство, выступает как первоначальный ключевой элемент, обеспечивающий положительное восприятие библиотеки и помогающий для достижения поставленных терапевтических целей.

Роль гостеприимства в библиотерапии

Это достаточно широкое понятие, и потому выходит за рамки физического комфорта. Оно формирует общее впечатление читателей о библиотеках, основываясь не только на физической стороне, но и на внутреннем эмоциональном аспекте гостя.

Физическая сторона гостеприимства подразумевает под собой удобные и комфортные зоны для чтения, наличие современных технологий, а также доступность решений для людей с ограниченными возможностями [2]. Эффект эмоционального аспекта достигается доброжелательностью и внимательностью сотрудников, которые всегда готовы поддержать посетителей в их запросах и/или развеять их сомнения. Отсюда и внедряются различные программы, способствующие коммуникации и интеграции читателей.

Государственные библиотеки России демонстрируют множество примеров создания гостеприимной среды. Например, предусмотрены зоны для творчества (музыка, рисование), отдыха (отдельные помещения) и работы или для социальных встреч (коворкинг зоны), что делает посещение библиотеки удобной для всех возрастных категорий. Другой пример – ак-

тивно реализуются программы терапевтических чтений, направленных на психоэмоциональную поддержку. Такие примеры показывают, что грамотное проектирование пространств на этапе строительства и программная федеральная деятельность помогают библиотекам становиться местом притяжения для самых разных групп населения [3]. Одной из ключевых фигур, чтобы читатель, войдя в библиотеку, смог ощутить гостеприимство на себе – это сотрудники библиотеки. Профессионализм, эмоциональный интеллект, способность и, самое главное, – желание создавать такую атмосферу, чтобы у читателей возникало чувство доверия. Все это играет важную роль в восприятии библиотек читателями. От прихода читателя в стены библиотеки с полным его сопровождением и до выхода – все это планомерная работа. Современный библиотекарь – это больше не про «горбатого очкарика», а про сильную личность, которая постоянно учится и учит, это про повышение квалификации, направленной на развитие коммуникативных навыков и понимание основ психологической поддержки. Эффективная работа с читателями позволяет укреплять доверие в рамках библиотек и стимулирует посещать их снова и снова.

Гостеприимство – это неотъемлемый элемент успешной библиотеки. Оно является, своего рода, точкой старта для коммуникации, а в дальнейшем – реализацией библиотерапевтических методик и программ, и внесением вклада для укрепления психоэмоционального здоровья общества. Создавать физически комфортную, эмоционально поддерживающую и социально инклюзивную среду помогает библиотекам выполнять, по сути, роль центров психоэмоциональной поддержки. По итогу, если соблюдать описанные действенные рекомендации и готовые решения в библиотеках, то со временем вполне могут открыться новые перспективы развития библиотерапии, каких ранее не встречалось, и где каждый читатель, как и сегодня, сможет рассчитывать на понимание и поддержку со стороны всей библиотечной системы.

Список литературы

1. Воскресенский А. К. Информация, информационное общество и библиотеки (по работам А. В. Соколова): Часть 2: Аналитический обзор // Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература: Сер. 3. Философия: РЖ – М.: ИНИОН РАН, 2014. № 1. С. 11.
2. Momtgomery, P. & Maunders, K. (2015). The effectiveness of creative bibliotherapy for internalizing, externalizing, and prosocial behaviours in children: a systemic review. *Children and Youth Services Review*, 55, С. 37–47.
3. Осипова А.А. Общая психокоррекция: учеб. Пособие. М.: Сфера, 2002. С. 510

Islamov Timur Niyazovich,

Postgraduate,

Kazan Innovative University of V. G. Timiryasov,

Kazan, Russia

HOSPITALITY IN LIBRARIES AS ONE OF THE CONDITIONS OF SUCCESSFUL BIBLIOTHERAPY

Abstract. Libraries play the role of psycho-emotional decisions in relation to their readers by the method of bibliotherapy. Therapy begins to act in parallel with hospitality. Key factors:

1. Emotional aspect of the reader's state.
2. Physical comfort of perception of the surrounding space.
3. Social perception of the reader

These factors influence whether the reader will remain in the library, respectively, whether bibliotherapeutic methods will influence the psycho-emotional state of a person based on his personal primary perception of the general atmosphere of the library space.

Keywords: bibliotherapy, hospitality, psycho-emotional state, library space

Каравасева Валерия Игоревна,

студент,

Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина,
Тамбов, Россия

Беляев Алексей Викторович,

к. э. н., доцент,

Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина,
Тамбов, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация. В условиях высокой текучести кадров и конкурентной среды эффективное управление персоналом является основным фактором успеха в индустрии гостеприимства нашего времени. В статье рассматриваются современные стратегии управления, направленные на удержание ключевых сотрудников и повышение их мотивации. Данные стратегии служат для повышения удовлетворенности, лояльности работников и качества обслуживания потребителей, а, следовательно, и конкурентоспособности гостиничных предприятий на рынке.

Ключевые слова: управление персоналом, гостиничный бизнес, удержание, мотивация, корпоративная культура, карьерный рост

Многие аспекты управления человеческими ресурсами в гостиничном бизнесе подразумевают нелегкий многогранный процесс, при котором значимым вопросом остается задача удержания ключевых работников и их мотивации. В связи с высоким уровнем текучести кадров, типичной для отрасли гостеприимства, управление кадрами перестало быть простым вопросом, но стало одним из главных условий успеха гостиничных предприятий. Индустрия гостеприимства заняла второе место по высокой текучести кадров в 2023 году [1]. По этой причине, управляющие ищут новые подходы к управлению персоналом и удержанию сильных кандидатов. К одной из основных причин такой текучести можно отнести сравнительно низкую заработную плату, и, таким образом, гораздо меньший приток квалифицированных кандидатов на такую вакансию. Также остается вопрос сезонности, который вносит множество проблем, и, разумеется, является причиной стабильной изменчивости занятости персонала. Тяжелые условия труда (необходимость работать в ночные смены и по выходным, например) не привлекают работников. Последствия высокой текучести кадров включают не только финансовые затраты на найм и обучение нового персонала, но и снижение качества обслуживания, что негативно сказывается на удовлетворенности клиентов и репутации организации.

Чтобы решить данные проблемы, руководители гостиничных предприятий должны применить современные стратегии управления персоналом. В таблице, приведенной ниже, представлены ключевые стратегии, их описание и преимущества, которые они могут предоставить для улучшения качества работы и укрепления позиций на рынке [2] (см. таблицу). Реализация этих стратегий создаст условия для формирования стабильного и высококвалифицированного рабочего контингента и тем самым повысится качество обслуживания клиентов, и успех на рынке гостиничных услуг будет долгосрочным.

Конкурентоспособная заработная плата – это то, что привлекает и удерживает сотрудников [2]. Помогает повышению интереса к работе установка соответствующего рыночным стандартам уровня заработной платы. Однако одной зарплаты недостаточно. Сотрудники должны увидеть возможности карьерного роста и профессиональной подготовки для их развития. Реализация программ обучения и развития дает возможность сотрудникам не только улучшать свои навыки и способности, но и чувствовать себя ценными членами команды.

Современные стратегии управления персоналом в гостиничном бизнесе

Стратегия	Описание	Преимущества
Конкурентоспособная заработная плата	Обеспечение адекватного уровня оплаты труда в соответствии с рыночными стандартами	Увеличение привлекательности работы и снижение текучести
Программы карьерного роста	Предоставление возможностей для повышения квалификации и продвижения по службе	Увеличение удовлетворенности сотрудников и мотивации
Корпоративная культура	Создание позитивной и поддерживающей атмосферы в коллективе	Повышение лояльности и улучшение морального духа
Гибкие графики работы	Предложение гибких условий работы, включая возможность частичной занятости	Улучшение баланса между работой и личной жизнью
Признание и вознаграждение	Официальное признание достижений сотрудников и предоставление бонусов	Увеличение мотивации и вовлеченности
Обучение и развитие	Организация тренингов и обучающих программ для сотрудников	Улучшение профессиональных навыков и уверенности в себе
Программы корпоративного благополучия	Поддержка физического и эмоционального здоровья сотрудников через различные инициативы	Снижение стресса и выгорания, повышение продуктивности

Создание позитивной корпоративной культуры тоже содействует удержанию сотрудников. Сотрудники, которые работают в благоприятной атмосфере, испытывают меньше стресса и работают с удовольствием. Культура компании, ориентированная на командную работу, уважение и сотрудничество, помогает повысить моральный дух и лояльность сотрудников [3]. Открытое общение, признание достижений и вовлечение сотрудников в процессы принятия решений также играют важную роль в создании благоприятной атмосферы на рабочем месте.

Гибкий рабочий график – еще одна эффективная стратегия удержания ключевых сотрудников. Внедрение гибких рабочих графиков, например, неполный рабочий день и удаленная работа, позволяет сотрудникам лучше сбалансировать свою работу и личную жизнь. Это не только повышает их удовлетворенность, но и помогает снизить выгорание сотрудников.

Программы поощрения и вознаграждения также играют важную роль в повышении мотивации сотрудников. Официальное признание достижений сотрудников, выдача премий и поощрений на основе показателей эффективности повышают их вовлеченность и преданность компании [4]. Система, в которой достижения сотрудников признаются и вознаграждаются, создает положительный стимул для дальнейшего развития и достижения высоких результатов.

Современные технологии значительно улучшают управление человеческими ресурсами в индустрии гостеприимства. Внедрение автоматизированных систем управления человеческими ресурсами оптимизирует процессы отбора, обучения и оценки сотрудников. Данные системы позволяют собирать и анализировать данные о производительности и удовлетворенности сотрудников, и дают возможность менеджерам принимать более обоснованные решения. К примеру, с помощью систем HRM можно разрабатывать индивидуальные программы мотивации, ориентированные на потребности каждого сотрудника; а система управления HRIS автоматизирует процессы подбора, обучения и оценки персонала, и это повышает их эффективность [5]. Эти технологии обеспечивают более быструю обработку данных о кандидатах, упрощают процесс обучения и помогают отслеживать развитие сотрудников в режиме реального времени.

Корпоративные программы оздоровления, направленные на поддержку физического и эмоционального здоровья сотрудников, также являются важной частью удержания и мотивации сотрудников. Учитывая высокий эмоциональный стресс, который связан с работой в индустрии гостеприимства, программы оздоровления снижают уровень стресса и предотвратить

выгорание сотрудников. Такие мероприятия, как занятия спортом, семинары по управлению стрессом и психологическая поддержка, помогают сотрудникам справляться со стрессом и поддерживать свое благополучие.

Таким образом, управление человеческими ресурсами в индустрии гостеприимства играет ключевую роль в определении успеха организаций на конкурентном и динамичном рынке. Эффективные стратегии удержания и мотивации сотрудников становятся важной частью общего бизнес-планирования и стратегического развития. В условиях высокой текучести кадров предприятия индустрии гостеприимства должны активно создавать привлекательную рабочую среду для привлечения новых сотрудников и удерживании существующих. Успешное управление человеческими ресурсами требует гибридного подхода, включающего как материальные, так и нематериальные стимулы. Главными задачами руководителей являются не только привлечение новых талантов, но и создание условий труда, способствующих долгосрочной работе сотрудников в компании. Это способствует сохранению стабильности коллектива и повышению уровня удовлетворенности клиентов, что является важным фактором успешного развития гостиничного бизнеса в современных условиях.

Список литературы

1. Исследование по текучести персонала (по итогам 2023). – [Электронный ресурс]. URL: https://antaltalent.ru/blog/antal_talent_tekuchest_personala_v_kompanijah_2024 (дата обращения: 23.10.2024).
2. Чуваткин П. П. Управление персоналом гостиничных предприятий: учебник для среднего профессионального образования / П. П. Чуваткин, С. А. Горбатов; под редакцией П. П. Чуваткина. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 280 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13227-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/543187> (дата обращения: 23.10.2024).
3. Джабраилова Л. Х., Эльбиева Л. Р., Магомедова Х. Н. Влияние корпоративной культуры организации на эффективность работы персонала // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. 2023. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-korporativnoy-kultury-organizatsii-na-effektivnost-raboty-personala> (дата обращения: 23.10.2024).
4. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 205 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-06479-7. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/538377> (дата обращения: 23.10.2024).
5. HRM и HRIS системы: в чем разница и какую выбрать для управления персоналом. [Электронный ресурс]. – URL: <https://1-arb.ru/articles/upravlenie-personalom/tipy-lichnosti-mbti-kak-ispolzovat-v-hr-rabote-ts> (дата обращения: 23.10.2024).

Karavaeva Valeria Igorevna,
student,

Tambov State University named after G. R. Derzhavin,
Tambov, Russia

Belyaev Alexey Viktorovich,
PhD., Associate Professor,

Tambov State University named after G. R. Derzhavin,
Tambov, Russia

MODERN HR MANAGEMENT STRATEGIES IN THE HOTEL BUSINESS

Abstract. In the conditions of high staff turnover and competitive environment, effective personnel management is becoming a key factor of success in the hospitality industry of our time. The article considers modern management strategies aimed at retaining key employees and increasing

their motivation. These strategies contribute to increasing satisfaction, loyalty of employees and quality of customer service, which in turn leads to increased competitiveness of hotel enterprises in the market.

Keywords: HR management, hotel business, retention, motivation, corporate culture, career development

References

1. Issledovanie po tekuchesti personala (po itogam 2023). – [E`lektronny`j resurs]. URL: https://antaltalent.ru/blog/antal_talent_tekuchest_personala_v_kompanijah_2024/ (data obrashheniya: 23.10.2024).
2. Chuvatkin P. P. Upravlenie personalom gostinichny`x predpriyatij: uchebnik dlya srednego professional`nogo obrazovaniya / P. P. Chuvatkin, S. A. Gorbatov; pod redakciej P. P. Chuvatkina. – Moskva: Izdatel`stvo Yurajt, 2024. – 280 s. – (Professional`noe obrazovanie). – ISBN 978-5-534-13227-4. – Tekst: e`lektronny`j // Obrazovatel`naya platforma Yurajt [sajt]. – URL: <https://urait.ru/bcode/543187> (data obrashheniya: 23.10.2024).
3. Dzhabrailova L. X., E`l`bieva L. R., Magomedova X. N. Vliyanie korporativnoj kul`tury` organizacii na e`ffektivnost` raboty` personala // Innovacionnaya e`konomika: informaciya, analitika, prognozy`. 2023. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-korporativnoy-kultury-organizatsii-na-effektivnost-raboty-personala> (data obrashheniya: 23.10.2024).
4. Fedeneva, I. N. Menedzhment v social`no-kul`turnom servise i turizme: uchebnoe posobie dlya vuzov / I. N. Fedeneva, V. P. Nexoroshkov, L. K. Komarova; otvetstvenny`j redaktor V. P. Nexoroshkov. – 2-e izd., pererab. i dop. – Moskva: Izdatel`stvo Yurajt, 2024. – 205 s. – (Vy`sshee obrazovanie). – ISBN 978-5-534-06479-7. – Tekst: e`lektronny`j // Obrazovatel`naya platforma Yurajt [sajt]. – URL: <https://urait.ru/bcode/538377> (data obrashheniya: 23.10.2024).
5. HRM i HRIS sistemy`: v chem raznicza i kakuyu vy`brat` dlya upravleniya personalom. [E`lektronny`j resurs]. – URL: <https://1-arb.ru/articles/upravlenie-personalom/tipy-lichnosti-mbti-kak-ispolzovat-v-hr-rabote-ts> (data obrashheniya: 23.10.2024).

УДК 338.462

Кузьмина София Алексеевна,

студент,

Казанский Инновационный Университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

Андропова Екатерина Сергеевна,

к. э. н., доцент,

Казанский Инновационный Университет имени В. Г. Тимирязова,

Казань, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье рассматриваются современные тенденции развития сервисной деятельности, проблема и основные выводы.

Сервисная деятельность уже давно считается частью нашей жизни, глубоко войдя в нее. Еще в древности были зачатки сервисного дела, например в греческих городах. Там преимущественно все услуги выполняли рабы, процветало рабовладение и работоторговля. Далее, с развитием общества, начали приходить новые профессии и новые возможности. Так в 1851 году в Великобритании домашняя прислуга стала занимать особое место в сфере услуг. Однако, несмотря на давнюю историю, сервисное дело начало приобретать огромные промышленные масштабы лишь в эпоху постиндустриального общества. Это время принято называть «экономикой услуг» и «информационным обществом» [1].

Сервисная деятельность – это вид деятельности, которая направлена на предоставление услуг и удовлетворение потребностей людей. Стоит признать, что данный вид деятельности сейчас несет активный инновационный характер.

Актуальностью выбранной темы является тот факт, что в современном мире, где процветает тенденция к улучшению уровня жизни и увеличения доходов населения в стране, только повышается потребность в сфере услуг. Также стоит и упомянуть тот факт, что многие молодые люди после обучения в высших заведениях хотят открыть собственный бизнес по оказанию и предоставлению услуг. Следовательно, важно знать современные тенденции развития сервисной деятельности.

Одной из проблем, которая в наше время стоит достаточно остро, является низкая стандартизация качества предоставляемых услуг. С появлением большого количества разнообразных компаний, которые специализируются на предоставлении услуг, приходит не только позитивный результат, в виде предоставления рабочих мест, улучшения качества жизни людей, но и негативный – снижение качества оказываемых услуг. Это происходит потому, что слишком много разнообразных предложений и не каждая компания соответствует стандартам качества. Как известно, качество – один из важнейших факторов, который побуждает людей покупать и пользоваться услугой на регулярной основе, возвращаться в компанию снова и снова [2. С 1]. Если качество начнет подводить, то велика вероятность, что компания скоро закроется и понесет убытки.

Создать четкие стандарты по оказанию услуг в сервисном деле, чтобы все граждане получали то качество, за которое они платят, является главной целью любой компании, которая хочет успешно реализовать себя на рынке и получить максимальную прибыль.

Современное состояние сервисной деятельности в России имеет слабый характер, оно не соответствует ожиданиям потребителей. Благодаря исследованиям, мы знаем достаточно много причин, которые способствовали формированию данного вывода, такие как:

1. Низкий уровень качества. Несоответствие качества предоставляемой услуги – основная проблема. Как и говорилось ранее, из-за большого наплыва новых компаний, некоторые совсем не следят за стандартами качества. Порой это обусловлено тем, что на ранних ступенях развития компания просто не имеет средств на улучшение качества, что следует быстрому уходу такой компании с рынка труда, если она не примет меры по спасению, а порой директор компании просто хочет сэкономить на потребителях, пренебрегая качеством услуг.

2. Неопределенность в организации финансовых потоков в стране. Сейчас сложно сказать и предугадать, как сложится финансовая система, поскольку нет каких-либо гарантий [3. С. 1].

3. Различия в доступе к социальным услугам граждан больших городов и малых. Многие, если не все люди, в малых городах, деревнях, поселках не знают о тех услугах, которые получают жители той же страны, но в большом городе [3. С. 1].

Можно сделать вывод, что современная тенденция развития сервисной деятельности – решение проблемы качества предоставляемых услуг. Большинство российских современных компаний даже не пытаются понять суть основных требований в стандартах качества, работы сервисного дела как вида деятельности. Но стоит понимать, что при отсутствии должного сервисного обслуживания услуги, а следовательно утраты качества, компания становится автоматически неконкурентной. Потребитель попросту не будет выбирать компанию, которая даже не может устойчиво чувствовать себя на рынке. Потеря доверия клиента – одна из самых страшных ошибок компании.

Список литературы

1. Нечунаев А. Исторические этапы развития сферы услуг и сервисной деятельности / А. Нечунаев [Электронный ресурс]. – URL: https://dzen.ru/a/YbWLKd_ofSzfjsh9
2. Мордасова Е. В. Современное развитие сервиса в России: проблемы и перспективы / Е. В. Мордасова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 3 (241). – С. 194–196.

3. Филатова Т.А. Современное состояние проблемы управления качеством в сфере услуг/ Т. А. Филатова. Текст: непосредственный // Экономические науки. 2013. № 4(101). С. 47–51.

Kuzmina S. A.,

student,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

Andronova E. S.,

Phd, Candidate of Economics,

Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SERVICE ACTIVITIES

Abstract. The article examines the current trends in the development of service activities, the problem and the main conclusions.

Reference

1. Nechunaev A. Historical stages of the development of the service sector and service activities / A. Nechunaev [Electronic resource]. – Access mode: https://dzen.ru/a/YbWLKd_ofSzfjsh9. free.
2. Mordasova E. V. Modern development of service in Russia: problems and prospects / E. V. Mordasova. – Text: direct // Young scientist. – 2019. – № 3 (241). – Pp. 194–196.
3. Filatova T. A. The current state of the problem of quality management in the service sector / T. A. Filatova. – Text: direct // Economic sciences. 2013. № 4(101). Pp. 47–51.

УДК 004.946

Кузьминых Константин Александрович,

к. э. н., доцент,

Уфимский государственный нефтяной технический университет,

Уфа, Россия

Кутушева Алина Айдаровна,

студент,

Уфимский государственный нефтяной технический университет,

Уфа, Россия

ПРИМЕНЕНИЕ РОБОТИЗАЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация. Статья посвящена изучению роботизации в гостиничной индустрии. Проведен анализ аспектов применения роботов в гостиничном бизнесе, описывается их влияние на операционные процессы и клиентский опыт.

Ключевые слова: гостиничная индустрия, роботизация, инновации

Гостиничная индустрия находится в состоянии постоянного развития и адаптации к меняющимся требованиям как бизнеса, так и клиентов. Одним из наиболее заметных направлений этого развития стало внедрение современных технологий, включая роботов, в повседневные операции гостиниц. В условиях растущей конкуренции, увеличения числа путешествий и ожиданий клиентов, связанных с уровнем сервиса, интеграция роботизированных решений становится не просто инновацией, а необходимостью для многих гостиничных операторов.

Роботизация гостиничного бизнеса охватывает широкий спектр функций – от автоматизации рутинных операций до создания уникального клиентского опыта, который способ-

ствуется повышению уровня удовлетворенности гостей. Роботы могут выполнять различные задачи: от доставки еды и напитков в номера до регистрации гостей на ресепшен и уборки помещений. Это, в свою очередь, создает новую динамику взаимодействия между гостиницами и их клиентами, а также трансформирует традиционные методы управления операциями.

Однако, несмотря на множество преимуществ, внедрение роботизированных технологий также ставит перед гостиничным бизнесом ряд вызовов. Это включает в себя высокие капитальные затраты на приобретение и настройку оборудования, необходимость в обучении персонала и изменение организационной структуры, а также вопросы обслуживания и технической поддержки. Эти аспекты требуют тщательного анализа и понимания, прежде чем организации смогут полностью реализовать потенциал роботизации [1. С. 90].

Робототехника в сфере HoReCa быстро завоевывает популярность. В современных гостиницах роботы исполняют разнообразные обязанности – от уборки в номерах до обслуживания гостей. Это позволяет персоналу сосредоточиться на более сложных задачах, требующих человеческого взаимодействия [2. С. 30].

В этой статье будет проведен подробный анализ аспектов применения роботов в гостиничном бизнесе, их влияние на операционные процессы и клиентский опыт. Рассмотрим различные типы роботов, используемых в отрасли, оценим их влияние на эффективность работы и обсудим, как технологии могут улучшить или изменить восприятие услуг гостиниц. Особое внимание будет уделено вызовам, которые могут возникнуть при внедрении роботизированных решений, а также перспективам их дальнейшего развития в контексте глобальной трансформации индустрии гостеприимства.

В ресторане г. Уфы «Разжигатели» работает робот-официант Валя, которая принимает заказы, доставляет блюда и напитки, а также осуществляет расчет с клиентами. Автоматизация обслуживания в этом заведении с помощью робота-официанта исключает человеческий фактор, сводя к минимуму количество ошибок. Возникающие сбои в программном обеспечении легко диагностируются и устраняются, предотвращая их повторное появление. В отличие от людей, робот Валя не устает, не нуждается в перерывах и обеспечивает круглосуточную работу без отпусков и больничных. Это гарантирует клиентам точность расчетов и отсутствие необходимости в чаевых. Высокая эффективность робота позволяет одному устройству обслуживать небольшой ресторан, оптимизируя затраты на персонал. Валя помогает официантам, пока гости ожидают заказ, привозит комплимент от заведения, огурцовую водичку и хлеб с маслом, поздравляет именинников, включая веселую музыку, тем самым поднимая настроение именинника и его близких [3. С. 110].

Рассмотрим роботизацию на примере гостиницы Sheratonplaza Ufa Congress 5*. Чат-боты в отеле существенно улучшают качество обслуживания, выполняя рутинные задачи и тем самым освобождая сотрудников от выполнения монотонной работы. Это позволяет персоналу сосредоточиться на более интересных аспектах своей работы, таких как общение с гостями и обеспечение их комфорта [4. С. 110].

Чат-боты – это прорыв в сфере автоматизации гостиничных услуг. Чат-боты выполняют такие функции, как бронирование номера в один клик, получение информации о ближайших достопримечательностях рядом с отелем, возможность вызова персонала, использование бонусных программ, отправка обратной связи, более того, функционируют круглосуточно, не испытывают усталости и не подвержены заболеванию, что гарантирует постоянную доступность помощи для гостей. Для руководства это также означает возможность экономии на больничных, дней отпуска и затратах на заработную плату [5. С. 214].

На основе анализа было выявлено, что современные роботы обучаются, основываясь на больших объемах данных, что позволяет им адаптироваться к окружающей среде и взаимодействовать с людьми более естественно, включая имитацию человеческой речи, как например робот Валя, это дает возможность решать более сложные задачи, требующие высокой гибкости и адаптивности. Кроме того, на примере чат-ботов, было выявлено, что использование

роботизированных решений помогает минимизировать риски, связанные с человеческим фактором. Они всегда оперативно доставляют заказы, обрабатывают запросы гостей, экономят время и создают комфорт для постояльцев.

Подытожив все вышесказанное, можно сделать вывод, что техника не сможет полностью заменить человеческий труд, но она может стать отличным вспомогательным инструментом, который сделает работу сотрудников и пребывание гостей в гостинице более приятным и комфортным.

Список литературы

1. Pizam, A. The Hospitality Industry Handbook on Nutrition and the Management of Food Service. Wiley-2010.
2. Ivanov S., & Webster, C. Robots in Hospitality: The Co-creation of Value in the Hospitality Industry. Journal of Hospitality and Tourism Technology-2017.
3. Кузнецов, А. В. «Роботизация в гостиничном бизнесе: новые технологии и их применение». Туризм и гостиничное дело, 2023.
4. Иванов П. С. «Роботы в индустрии услуг: возможности и вызовы». Вестник гостиничного дела, 2023.
5. Сидоренко М. Г. «Будущее гостиничной индустрии: автоматизация и роботизация». Научный обзор, 2022.
6. Алексей Бойко. Роботизация гостиничных процессов», издание 2023.

Kuzminykh Konstantin Aleksandrovich,

Ph.D. in Economics, Associate,
Ufa State Petroleum Technical University,
Ufa, Russia

Kutusheva Alina Aidarovna,

student,
Ufa State Petroleum Technical University,
Ufa, Russia

APPLICATION OF ROBOTICS IN THE HOTEL INDUSTRY

Abstract. The article is devoted to the study of robotics in the hotel industry. The analysis of aspects of the use of robots in the hotel business is carried out their impact on operational processes and customer experience is described.

Keywords: hotel industry, robotization, innovation

Павлова Оксана Валерьевна,

к.т.н., доцент

Кучер Анастасия Сергеевна,

старший преподаватель

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,

Гродно, Беларусь

РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНОГО ПЛАНИРОВОЧНОГО РЕШЕНИЯ ТОРГОВОГО ОБЪЕКТА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Аннотация. В статье обобщен опыт разработки планировочных решений объектов общественного питания в условия современных реалий и требований законодательства. Описаны ключевые требования к планировке объектов общественного питания. Представлено описание пекарни как объекта общественного питания, соответствующее современным тенденциям и нормам проектирования. На примере рассмотрено оптимальное расположение функциональных зон и оборудования с соблюдением требований охраны труда, техники безопасности, а также санитарных правил и норм.

За последнее десятилетие в области организации общественного питания произошли заметные изменения и ресторанный бизнес все более активно развивается. Возрастающая деловая активность и быстрые темпы жизни обусловили резкий скачок доли общедоступных объектов общественного питания, несмотря на сложную экономическую, политическую и эпидемиологическую обстановку в Республике Беларусь и мире в целом. Все это свидетельствует о необходимости актуализации знаний об особенностях проектирования эффективных и качественных объектов общественного.

Сегодня требования законодательства к организации производственного процесса и планировочным решениям объектов общественного питания значительно упростились, но при этом не противоречат санитарным нормам и правилам [3], санитарно-противоэпидемическим и профилактическим мероприятиям, а также обеспечению безопасности и безвредности для жизни и здоровья населения и среды обитания человека. Современная планировка объектов общепита предполагает строжайшее соблюдение технологической последовательности, исключая пересечение потоков сырья, полуфабрикатов, готовой продукции, чистой и использованной посуды. Рациональное размещение помещений и оборудования, а также эффективное использование площади здания позволяют повысить экономическую эффективность и способствуют успешному развитию бизнеса.

С учетом современных реалий рассмотрим конкретный пример эффективного и рационального планировочного решения торгового объекта общественного питания (рис. 1). Объект «Пекарня» с организацией приготовления продукции собственного производства спроектирован в помещении площадью 78,2 м² в действующем ТЦ «Парус» (г. Гродно, Республика Беларусь).

Пекарня предлагает широкий ассортимент продукции собственного производства: булочки, сдобу, хлеб, круассаны, слойки, пирожки. В меню также представлены как горячие (кофе, чай), так и холодные напитки (соки, газированные напитки и т.д.).

Обслуживание осуществляет кассир-продавец. Клиенты выбирают продукцию с прилавков, оплачивают заказ и забирают его с собой.

Помещения пекарни четко разделены на три функциональные зоны: зона обслуживания посетителей, производственная и складская зоны. При этом зона для посетителей, включающая торговый зал и кассу, занимает 70 % площади пекарни. Производственное пространство, в свою очередь, разделено на зоны, предназначенные для приготовления отделочных полуфабрикатов и начинок, замеса теста, выпечки изделий. Складская группа помещений представляет собой помещение для хранения сырья и полуфабрикатов. Служебные и бытовые помещения (гардеробная персонала, уборная с умывальником) предусмотрены в торговом центре отдельным блоком [4] для всех сотрудников фуд-корта.

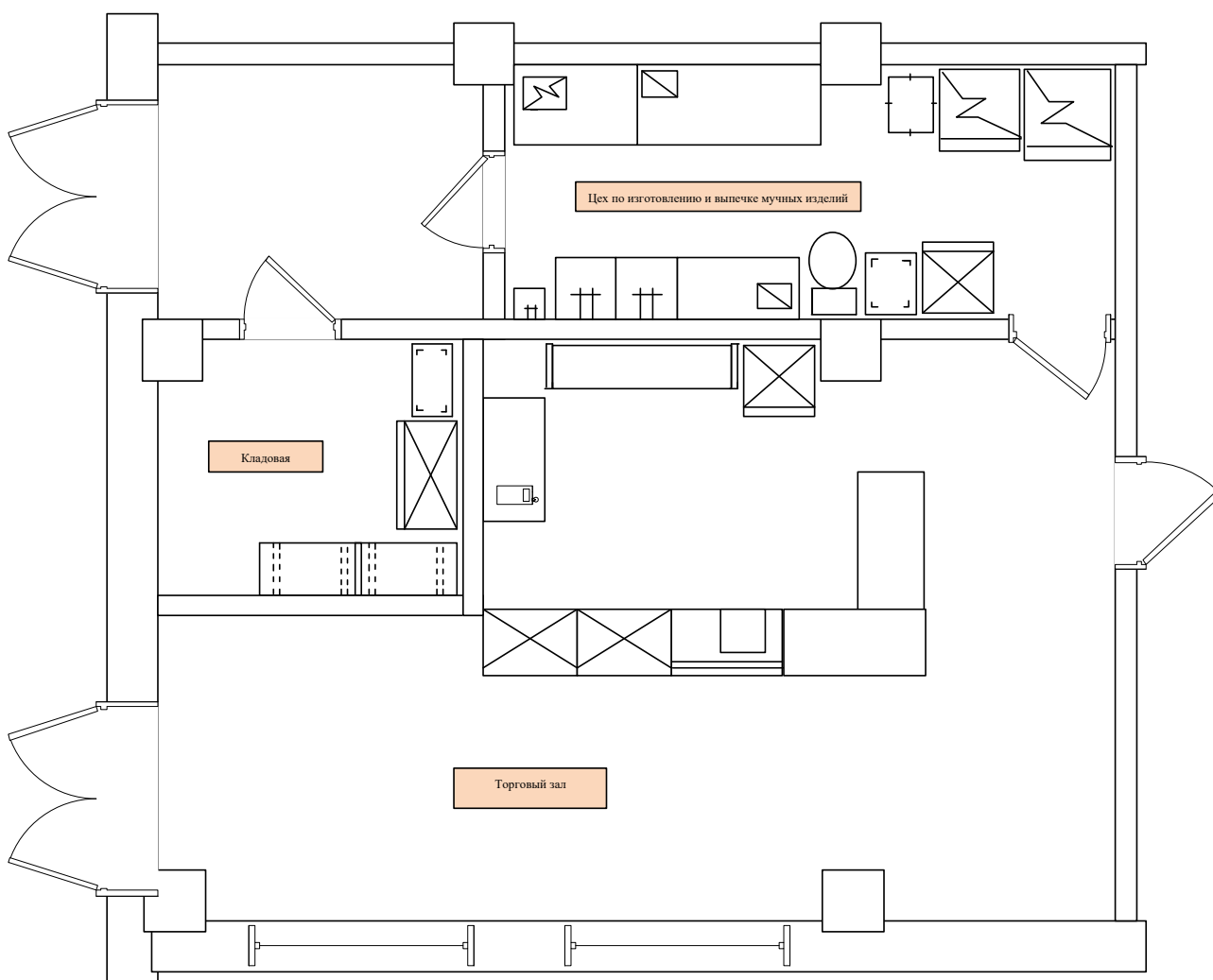


Рис. 1. Планировочное решение пекарни в ТЦ «Парус»

Анализ планировочного решения помещения для проектируемой пекарни потребовал незначительной перепланировки с целью разграничения потоков сырья и готовой продукции: были доработаны перегородки для организации складской функциональной группы, что сократило площадь торгового зала. Предложенное решение позволяет организовать процесс производства от сырья до готовой продукции в строгом соответствии с нормами и правилами. Эффективное использование пространства и создание высококачественной продукции обеспечивают успешное развитие бизнеса.

Список литературы

1. О развитии предпринимательства : Декрет Президента Республики Беларусь от 23.11.2017 г. №7 // Совет Министров Республики Беларусь. 2017. 1/17364. 59 с.
2. П2-2018 к ТКП 45-3.02-325-2018 (33020)/ПР. Проектирование зданий и помещений розничных торговых объектов и объектов общественного питания. Минск : Министерство архитектуры и строительства Республики Беларусь, 2018. 104 с.
3. Санитарно-эпидемиологические требования для объектов общественного питания : Санитарные нормы и правила от 10.02.2017 г. №12 // Министерство здравоохранения Республики Беларусь. 2017. 20 с.
4. ТКП 45-3.02-209-2010 (02250). Технический кодекс установившейся практики «Административные и бытовые здания. Строительные нормы проектирования». Минск : Министерство архитектуры и строительства Республики Беларусь, 2011. 34 с.

Pavlova Oksana Valeryevna,
PhD, Associate Professor,
Kucher Anastasia Sergeevna,
senior Lecturer
Yanka Kupala State University of Grodno,
Grodno, Belarus

DEVELOPMENT OF AN EFFECTIVE PLANNING SOLUTION FOR A RETAIL FACILITY OF PUBLIC CATERING

Abstract. The article summarizes the experience of developing planning solutions for public catering facilities in the context of modern realities and legal requirements. The key requirements for the planning of public catering facilities are described. The characteristics of the public catering facility "Bakery" are given in accordance with design standards and current trends. A specific example shows the optimal placement of functional groups of premises and equipment in them, taking into account the requirements of sanitary norms and rules, labor protection and safety.

References

1. O razvitii predprinimatel'stva : Dekret Prezidenta Respubliki Belarus' ot 23.11.2017 №7. 2017. 59 s.
2. P2-2018 k TKP 45-3.02-325-2018 (33020)/PR. Proektirovanie zdaniy i pomeshchenij roznichnykh torgovykh ob"ektov i ob"ektov obshchestvennogo pitaniya. Minsk : Ministerstvo arhitektury i stroitel'stva Respubliki Belarus', 2018. 104 s.
3. Sanitarno-epidemiologicheskie trebovaniya dlya ob"ektov obshchestvennogo pitaniya : Sanitarnye normy i pravila ot 10.02.2017 №12. 2017. 20 s.
4. TKP 45-3.02-209-2010 (02250). Tekhnicheskij kodeks ustanovivsheysya praktiki «Administrativnye i bytovye zdaniya. Stroitel'nye normy proektirovaniya». Minsk : Ministerstvo arhitektury i stroitel'stva Respubliki Belarus', 2011. 34 s.

УДК 658.64

Постников Леонид Андреевич,
студент,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Москва, Россия

ЭФФЕКТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОТЕЛЕМ (PMS) С ДРУГИМИ СИСТЕМАМИ ОТЕЛЯ

Аннотация. Система управления отелем PMS (Property Management System) в последнее время стала одним из обязательных элементов отеля любой категории. Необходимость использования этой системы вызвана удобством использования, доступностью внедрения, простотой освоения персоналом и заметным повышением уровня производительности гостиницы. В статье рассматриваются возможности достижения максимальной выгоды от использования PMS-системы при взаимодействии с другими системами, используемыми в отеле.

Владельцы гостиниц по всему миру, оценив собственный опыт и опыт коллег, активно используют PMS-системы в целях оптимизации собственных процессов, что позволяет попутно сократить уровень издержек предприятия. Однако для того чтобы обладать более полным представлением о деятельности предприятия, а также чтобы с большей эффективностью выстраивать бизнес модели, использованием одной лишь PMS-системы не обойтись, ее необходимо интегрировать в другие системы управления гостиницей. Реализация этого процесса

потребует от предприятия дополнительных усилий и технологических ресурсов, однако результат, повышающий производительность от использования и без того высокоэффективной PMS-системы, полностью окупает вложенные силы.

В первую очередь систему управления имуществом необходимо рассматривать во взаимодействии с системой управления доходами (Revenue Management System – RMS). Система управления доходами – это появившаяся в последнее время система, включающая программное обеспечение для гостиниц, позволяющее на основе данных о загрузенности отеля, текущем уровне цен, а также о состоянии рынка гостиничных услуг и других внешних экономических и социальных факторов в режиме реального времени определять наиболее подходящую ценовую политику предприятия, а также принимать другие стратегические решения, направленные на максимизацию прибыли компании и эффективное использование номерного фонда. Взаимодополняющее использования этой технологии совместно с системой управления гостиничным имуществом может осуществляться в следующих формах:

Автоматическая подстановка значений из одной системы в другую. В таком случае PMS-система обеспечивает RMS данными относительно текущего положения дел гостиницы, что позволяет сделать выводы о положении предприятия на рынке, а также сопоставить его с другими компаниями. В то же время после получения этих данных уже система управления доходами автоматически определяет и переносит в PMS оптимальные при текущем положении дел уровни цен на гостиничные номера. Автоматизация обмена информацией внутри гостиницы, связанная с цифровизацией бизнес-процессов посредством данных двух систем, позволяет упростить процесс принятия решений, увеличив скорость принятия. Это объясняется тем, что при отсутствии одного или обоих компонентов финансовый директор отеля будет вынужден сам собирать данные из отчетов сотрудников, пересчитывать и сравнивать с такими же показателями у других компаний.

Прогнозирование будущего спроса. Благодаря данным, полученным на основе анализа данных из обеих систем гостиница может с высокой точностью определить потенциальный спрос на следующий плановый период. Это позволяет помимо определения оперативной стратегии, направленной на достижения прогнозируемого показателя или даже превышение его, более грамотно определить необходимые будущие затраты.

Однако соединением с RMS эффективное использование системы управления гостиничным имуществом не ограничивается. Помимо оптимизации внутренних бизнес-процессов PMS может и должна использоваться при взаимодействии с приобретателями услуг гостиничного предприятия. И здесь она напрямую взаимодействует с применением другой распространенной в гостиничной среде системой – CRM (Customer Relationship Management). Управление взаимоотношениями с клиентом – это концепция и система взаимодействия с потребителями, основанная на возможностях использования современных информационных технологий [1. С. 94]. Преимуществ у CRM-системы для предприятия в сфере гостеприимства достаточно много, что объясняется различными областями применения (это отличает CRM от RMS, которая используется в финансовой отрасли компании). Вот некоторые из преимуществ применения CRM-системы [2. С. 77]:

Контроль продаж. Данная система удобна тем, что помимо простых числовых значений позволяет определить портрет потребителя, сделать более детальный анализ его социального статуса, предпочтения и многое другое. Все это помогает определить наиболее подходящую целевую аудиторию, а также отследить конверсию и эффективность продаж.

Управление компанией. Благодаря системе управления взаимоотношениями с клиентом перед управляющим гостиницей автоматически становится меньше задач, требующих полного контроля и отнимающих времени. К таким относятся отправка ответов покупателям, работа со статусом заявки, формирование и рассылка рекламных и других информационных сообщений.

Отчеты. Благодаря использованию CRM-систем отель получает полные данные о том, какие темпы роста у компании, какие есть слабые зоны и сильные стороны. Помимо этого, система также дает информацию относительно клиентов, в том числе потенциальных (отображаются причины отказа или неудовлетворенности гостей). И отличает эту отчетность даже не

столько детализация или полнота информации, сколько компактность, потому что благодаря CRM-системе вся полезная информация собирается в доступной для восприятия форме.

Документооборот. Данное преимущество внедрения системы управления взаимодействиями с клиентом выражено в том, что благодаря установлению программного оборудования владелец гостиницы освобождается от постоянной бюрократической волокиты, освобождая ресурсы для основных направлений деятельности компании. Так, например, договоры, листы бронирования, памятки для туристов, приложения к договорам – все это и многие другие документы позволяет автоматически заполнить CRM-система.

Как можно заметить, возможностей, которые получает отель, используя CRM-систему достаточно для того, чтобы вывести качество менеджмента на предприятии на достаточно высокий уровень. Однако совмещение использования этой системы совместно с PMS (а еще лучше и с RMS) дает вдвойне (при наличии RMS втрое) благоприятный эффект. Сделать же это можно несколькими методами:

Например, созданием персонализированных предложений. Гости приезжая в отель формируют определенную базу данных посредством PMS-системы, которая потом выгружает эту информацию в RMS. Там, в свою очередь, после анализа предпочтений гостей формируется оптимальная цена под те или иные группы покупателей. После этого благодаря CRM-системе эти покупатели получают особые (как им кажется) условия проживания посредством персонализированных писем или других каналов коммуникаций. Таким образом, гости, приезжая один раз, обеспечивают более эффективный маркетинг в будущем, не привлекают дополнительных средств, так как все автоматически срабатывает внутри систем управления.

Второй метод эффективного соединения PMS и CRM – это работа с отзывами гостей. Благодаря эффективной системе мониторинга состояния номерного фонда и загруженности отеля (PMS), а также посредством отслеживания обратной связи (CRM) управляющий имеет возможность оперативно понять, что вызвало негативные эмоции у гостя, чем это было вызвано и тут же попытаться исправить ситуацию, например, предложив гостю скидку или какой-нибудь другой персональный бонус в качестве компенсации. Помимо упрощения работы самого управляющего это позитивно сказывается на имидже компании, так как предприятие, которое почти моментально реагирует на запросы клиентов, получает в дальнейшем их лояльность.

Менее очевидным преимуществом от соединения CRM и PMS является улучшение коммуникации между различными сферами деятельности предприятия, между разными отделами. Это вызвано тем, что работа системы управления имуществом гостиницы связано в первую очередь с числовыми показателями и номерным фондом отеля, в то время как управление взаимоотношениями с клиентом подразумевает работу сервиса и маркетингового отдела предприятия.

Рассмотренные выше примеры взаимодействия системы управления имуществом гостиничного предприятия являются лишь наиболее распространенными и крупными из возможных. При этом PMS так же отлично взаимодействует со многими из присутствующих в гостиничном бизнесе технологическими решениями. Возможности как самой системы, так и потенциала от совмещения ее функционала со сторонними сервисами несут неисчислимые преимущества для компаний, которые внедряют эту технологию в свою работу. Однако стоит заметить, что помимо очевидных преимуществ у соединения собственной PMS-системы с другими системами предприятия, перед управляющим встает также несколько угроз, с которыми предстоит столкнуться, чтобы не потерять эффективности от использования инновационных технологий.

Первая из таких угроз – это дублирование функций между PMS и другими системами. Чтобы этого не допускать в первую очередь необходимо провести оценку имеющихся и необходимых в будущем возможностей, потом выбрать PMS-систему, которая будет предоставлять необходимые возможности, а только затем приступить к использованию. В противном случае все вышеописанное упрощение процессов на предприятии будет нивелировано тем, что одна и та же информация хранится и обрабатывается в двух разных отделах (или в одном, но два

раза). Если же компания собирается внедрять систему, которая частично, но не полностью перекрывает функции уже имеющейся, то в таком случае следует определить оптимальный и приоритетный метод работы с информацией, чтобы не подвергать ее повторной обработке или хранению.

Второй момент, на который стоит обращать внимание компании перед соединением PMS-системы с другими системами управления отелем, – это квалификация кадров. Несмотря на то, как сильно упрощает процесс взаимодействие данной системы с другими сервисами, без грамотного специалиста, понимающего, как работает эта программа, что подразумевается под теми или иными цифрами и так далее, никакая система работать не будет. Поэтому в эпоху автоматизации и цифровизации управления услугами в сфере гостеприимства перед владельцами гостиниц все также остро стоит вопрос тщательного отбора или подготовки (переподготовки) кадров для работы с системами управления.

Список литературы

1. Варвашеня, А. А. Оценка CRM-систем в туризме как инструмент для управления взаимоотношениями с клиентами / А. А. Варвашеня // Мир спорта. – 2024. – № 3(96). – С. 93–99. – EDN: BMJHOY.
2. Жигунова, Л. Л. CRM в индустрии туризма / Л. Л. Жигунова // Молодой ученый года 2023 : сборник статей IX Международного научно-исследовательского конкурса, Пенза, 20 декабря 2023 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023. – С. 76–78. – EDN: BZDVHO.

Postnikov Leonid Andeevich,
student,

Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russia

EFFECTIVE INTERACTION OF THE HOTEL MANAGEMENT SYSTEM (PMS) WITH OTHER HOTEL SYSTEMS

Abstract. The PMS (Property Management System) hotel management system has recently become one of the mandatory elements of a hotel of any category. The need to use this system is caused by its ease of use, availability of implementation, ease of mastering by staff and a noticeable increase in the level of hotel productivity. The article discusses the possibilities of achieving maximum benefit from using a PMS system when interacting with other systems used in the hotel.

References

1. Varvashenya, A. A. Evaluation of the CRM system in tourism as a tool for managing restrictions with clients / A. A. Varvashenya // World of Sports. – 2024. – No. 3(96). – Pp. 93–99. – EDN: BMJOY
2. Zhigunova, L. L. CRM in the tourism industry / L. L. Zhigunova // Young Scientist Year 2023: collection of articles of the IX International Research Competition, Penza, December 20, 2023. – Penza: Science and Enlightenment (IP Gulyaev G.Yu.), 2023. – Pp. 76–78. – EDN: BZDVHO.

Ткачева Алиса Алексеевна,

студент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

Кузьмина Елена Константиновна,

канд. филол. наук, доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ НАЗВАНИЯ БЛЮД В РЕСТОРАНАХ КАК СЛЕДСТВИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ГОРОДА КАЗАНИ)

Аннотация. Казань – это не просто столица Республики Татарстан, но и один из самых ярких и многогранных городов России. Его расположение на левом берегу реки Волги, при впадении в нее реки Казанки, придает городу особую живописность и атмосферу. Казань является крупнейшим городом Приволжского федерального округа и пятым по численности населения в стране, что делает ее важным центром как для региона, так и для всей России. Казань имеет богатую историю, уходящую корнями в далекое прошлое. В 2005 году Казань была включена в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО благодаря уникальному сочетанию татарской и русской культур. Казань активно развивает свою экономику, и на сегодняшний день она является одним из крупнейших экономических центров России. Город привлекает инвестиции благодаря своим развитым промышленным и научным секторам. Здесь расположены множество университетов и научных учреждений, что делает его привлекательным для студентов из разных регионов России и зарубежья. Казань активно развивает туристическую инфраструктуру, что делает ее привлекательной для путешественников. Город предлагает множество гостиниц, экскурсионных программ и культурных мероприятий. Каждый год Казань принимает гостей со всего мира, что способствует обмену культур и укреплению международных связей.

Ежегодно большое количество туристов едет в Казань из разных уголков планеты. Путешественники посещают рестораны, чтобы познакомиться с особенностями национальной кухни и культурными традициями региона. Также следует отметить, что **Казань занимает одно из лидирующих мест в списке лучших локаций для гастрономического туризма.** Разнообразие и богатство национальной кухни города отражают переплетение культур и традиций нескольких народностей. По этой причине с каждым годом индустрия гастрономического бизнеса в Казани процветает, становясь все более насыщенной и разнообразной, предлагая богатство кухонь на любой вкус и предпочтение. В статье рассматривается проблема использования и перевода английских заимствований на примере ресторанов Казани.

Одной из отличительных черт Казани является ее многонациональность. Здесь сосредоточены традиции различных народов, что находит свое отражение в гастрономической культуре города. Казанские рестораны предлагают широкий выбор блюд в меню национальной татарской кухни. Но спектр блюд не ограничивается лишь этим, в меню заведений представлены влияния и других культур, к примеру, русской, европейской или азиатской кухни. В свою очередь, название блюда может поведать нам об уникальной истории и национальных традициях каждой этнокультуры. Казань по праву гордится своим статусом «гастрономической столицы» России. Каждый год ее улицы наполняются туристами, стремящимися познакомиться с уникальными блюдами татарской кухни, такими как «эчпочмак», «чак-чак» и «кыстыбый». Эти блюда не только вкусны, но и рассказывают историю народа, его традиции и обычаи.

Гастрономический туризм в Казани процветает благодаря разнообразию и богатству местной кухни. Рестораны и кафе предлагают не только традиционные татарские блюда, но

и интерпретации мировой кухни, что делает гастрономическую карту города поистине уникальной. Например, в последние годы в Казани наблюдается рост числа заведений, предлагающих «fusion-кухню», где традиционные татарские рецепты сочетаются с элементами европейской и азиатской кулинарии.

Важной частью гастрономической культуры Казани является использование англицизмов. С развитием глобализации и популяризацией кулинарных шоу на телевидении, многие русские слова в сфере кулинарии начали заменяться английскими эквивалентами. Например, термины как «фьюжн», «бистро», «фудкорт» и «гурме» стали привычными в обиходе. Это явление показывает, как мировая кулинарная культура проникает в повседневную жизнь, придавая ей современный и стильный вид.

Кроме того, Казань активно развивает гастрономические фестивали, которые привлекают не только местных жителей, но и туристов со всего мира. Такие мероприятия, как «Казанская кухня» и «Татарская гастрономия», становятся площадками для обмена кулинарными традициями и инновациями. Шеф-повара из разных уголков страны и мира собираются здесь, чтобы поделиться своими знаниями и опытом, что способствует развитию гастрономической культуры региона.

Вследствие близкого взаимодействия с другими государствами множество слов в русском языке были позаимствованы из английского языка. Новая лексика приходит в наш словарный запас, обогащая его. Наряду со стремительным развитием и влиянием глобализации на весь современный мир, проявлением новых трендов, языковая связь становится и еще более тесной, чем раньше.

Сложность работы в сфере гастрономии, особенно с названием блюд остается актуальной для переводчика, так как нужно учитывать тот факт, что обычное калькирование, зачастую не является ключом к решению таких задач. Ведь множество блюд несут в себе определенный смысл и значение, которое может теряться при дословном переводе на русский язык, а иногда даже вызывать недоумение у покупателя. Поэтому задача переводчика состоит в том, чтобы грамотно перевести название блюда, но при этом не утратив смысл задуманного на иностранном языке, оставив название интригующим и побуждающим клиента сделать заказ.

Также сложности могут возникать с названием самих ингредиентов. Различие его понимания или вовсе отсутствием этого объекта перевода на другой язык. Так, название кисломолочных продуктов, таких как «кефир» или «ряженка» не имеют прямого перевода и ясного представления на иностранном языке, к тому же в англоязычных странах будет невозможно найти такие товары на полках в обычном продуктовом магазине, за исключением «русскоязычных» отделов. Хотелось бы привести пример, в Британии очень популярным продуктом считается "marmite" – это густая замазка темного цвета, сделанная из дрожжевого экстракта, которую обычно мажут на хлеб или добавляют во все различные готовые блюда, но этот продукт известен лишь малому кругу людей из России.

Нами были проанализированы меню из пяти ресторанов Казани, которые, по данным газеты «Инде», входят в топ-14 ресторанов Казани с вкусными завтраками:

1. «Артель» (ул. Муштари, д. 18).
2. «Аулак» (проезд Шейнкмана, д. 38).
3. «Ботаника» (ул. Жуковского, д. 6).
4. «Марусовка» (ул. Щапова, д. 37).
5. «Breadly» (ул. Мусина, д. 1).

Вышеуказанные рестораны специализируются на блюдах русской и европейской кухни, но при этом в меню мы видим: «сэндвич», «панкейк», «боул», «брекфаст бургер», «скрэмбл», «яблочный крамбл», «смужи» и другие англицизмы. Что же скрывается за модными англоязычными названиями?

«Сэндвич» (a sandwich) – это хлеб из двух ломтиков с добавлением какой-либо начинки, хотя для большинства все еще привычнее слышать немецкое слово «бутерброд».

«Панкейк» (a pan – сковорода, a cake – торт) – это американский аналог русских блинчиков, но более плотной структуры и поддающийся с различными топингами.

«Боул» (a bowl – чаша, миска) – это крупа (чаще всего рис), с добавлением овощей и белкового продукта, это блюдо получило свое название из посуды, в котором его подают.

Напиток «Флэт Уайт» (flat white – досл. перевод, плоский и белый) – это кофе, в основе которого находится эспрессо с добавлением молока.

«Скрэмбл» (a scramble) – это воздушная яичница, похожая на омлет.

«Яблочный крамбл» (to crumble – крошить) – популярный английский пирог из песочного теста с добавлением фруктов и ягод.

«Брекфаст бургер» (breckfast burger – завтракный бургер) – блюдо, состоящее из двух булочек и добавлением различной начинки, в данном блюде, которое представлено в меню в состав входит оладьи, сыр, омлет и копченая говядина

«Смузи» (smoothie) – напиток из смешанных фруктов, ягод, овощей, сока и других ингредиентов.

«Пай» (pie) – пирог, состоящий из слоев теста и начинки, как сладкой, так и соленой.

Мы считаем, что некоторые англицизмы можно было бы перевести на русский язык, к примеру: «панкейки» – «блины по-американски» или «воздушные оладьи»; «флэт уайт» – «кремовый кофе»; «скрэмбл» – «взбитые яйца» или «нежный омлет»; «яблочный крамбл» – «яблочный пирог с хрустящей крошкой»

Кроме того, практически в каждом меню ресторана можно найти подобные блюда, название которых, было позаимствовано из другого языка, однако эти слова уже глубоко укоренились и «русифицировались», поэтому являются нормой для нашего восприятия. Например: «Пицца» – pizza; «паста» – pasta; «салат» – salad; «сэндвич» – sandwich; «бургер» – burger; «стейк» – steak.

Такое явление – это один из вариантов языкового развития, однако такие заимствования не должны преобладать в родной речи, и стоит учитывать важность сохранения национальных языков нашей страны. Богатство русского и татарского языка нуждается в бережном сохранении и поддержании во всех сферах жизнедеятельности. Язык – это часть уникальной культурной идентичности, ее история и развитие, следует поощрять использование исконных слов при переводе с одного языка на другой. Такое трепетное отношение к собственной культуре позволит сохранить наследие для настоящих и будущих поколений нашей страны, не утратить национальной уникальности.

Список литературы

1. Кашицина В. И. Ресторанное меню как межкультурная составляющая городского пространства: переводческий аспект // Конференция «Ломоносов 2018». - СПб.

2. Кашицина В. И. Стратегии и тактики перевода гастрономических путеводителей: коммуникативно-функциональный подход (на материале русского и английского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Том 15. Выпуск 6. - СПб.: Издательство «Грамота», 2022. - С. 2035–2039.

3. Перевод гастрономических реалий // Вконтакте. URL: https://vk.com/wall-29545383_209 (дата обращения: 25.11.24).

4. 14 лучших мест для завтраков в Казани. URL: <https://inde.io/article/33227-14-luchshih-mest-dlya-zavtrakov-po-versii-chitateley-i-redaktsii-inde> (дата обращения: 25.11.24).

Tkacheva Alisa Alekseevna,
student,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia
Kuzmina Elena Konstantinovna,
PhD, Assistant Professor,
Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov,
Kazan, Russia

**ENGLISH-LANGUAGE NAMES OF DISHES IN RESTAURANTS, AS A RESULT
OF INTERCULTURAL COMMUNICATION (USING THE EXAMPLE OF PUBLIC
CATERING ENTERPRISES THE CITY OF KAZAN)**

Abstract. Kazan is not just the capital of the Republic of Tatarstan, but also one of the most colourful and multifaceted cities in Russia. Its location on the left bank of the Volga River, with the Kazanka River flowing into it, gives the city a special picturesque atmosphere. Kazan is the largest city in the Volga Federal District and the fifth most populous city in the country, making it an important centre for the region and for the whole of Russia. Kazan has a rich history going back to the distant past. In 2005, Kazan was included in the UNESCO World Heritage List due to its unique combination of Tatar and Russian cultures. Kazan is actively developing its economy, and today it is one of the largest economic centres in Russia. The city attracts investment due to its developed industrial and scientific sectors. Many universities and scientific institutions are located here, making it attractive to students from different regions of Russia and abroad. Kazan is actively developing its tourist infrastructure, which makes it attractive to travellers. The city offers many hotels, sightseeing programmes and cultural events. Every year Kazan welcomes visitors from all over the world, which promotes the exchange of cultures and strengthens international ties.

Every year, a large number of tourists travel to Kazan from different parts of the world. Travellers visit restaurants to get acquainted with the peculiarities of the national cuisine and cultural traditions of the region. It should also be noted that Kazan occupies one of the leading places in the list of the best locations for gastronomic tourism. The diversity and richness of the city's national cuisine reflects the intertwining of cultures and traditions of several nationalities. For this reason, every year the gastronomy industry in Kazan flourishes, becoming more and more rich and diverse, offering a wealth of cuisines for every taste and preference. The article deals with the problem of using and translating English loanwords on the example of restaurants in Kazan.

References

1. Kashitsina Valeria Igorevna Restaurant menu as an intercultural component of urban space: translation aspek // Conference "Lomonosov 2018". - St. Petersburg.
2. Kashitsina Valeria Igorevna Strategies and tactics of translation of gastronomic guidebooks: a communicative and functional approach (based on the material of Russian and English languages) // Philological sciences. Questions of theory and practice. Volume 15. Issue 6. - St. PETERSBURG: Gramota Publishing House, 2022. - Pp. 2035–2039.
3. Translation of gastronomic realities // Vkontakte URL: https://vk.com/wall-29545383_209 (accessed: 11/25/24).
4. 14 best places for breakfast in Kazan // <https://inde.io/article/33227-14-luchshih-mest-dlya-zavtrakov-po-versii-chitateley-i-redaktsii-inde> (date of application: 11/25/24).

Трофимова Татьяна Петровна,
старший преподаватель,
Прокофьева Ульяна Алексеевна,
преподаватель

Матвеева Елена Лаврентьева,
д.б.н., профессор

Нижекамский филиал Казанского инновационного университета
имени В. Г. Тимирязова
Нижекамск, Россия

ПРОБЛЕМЫ ДЕФИЦИТА КАДРОВ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Аннотация. В статье изучаются вопросы дефицита кадров в сфере общественного питания. Рассмотрен вопрос развития данной сферы в современных экономических условиях. Изучены данные по вакансии и работе по ключевым специальностям в сфере общественного питания в целом по России и по городам Казань и Нижнекамск. В статье рассмотрены вопросы выхода из кризисной ситуации по дефициту кадров в сфере общественного питания.

Ключевые слова: общественное питание, тенденции развития, рост товарооборота, персонал предприятия общественного питания, работа, вакансии, дефицит кадров, кадровый кризис

В настоящее время рынок услуг, оказываемых населению, неуклонно растет, и значительное место на данном рынке отводится услугам общественного питания. Сфера общественного питания переживает период трансформации, обусловленный ростом потребительского спроса.

Росстат зафиксировал увеличение оборота компаний на 12,3 % в 2023 году (до 2,83 трлн рублей). Вместе с увеличением разнообразия заведений это создает повышенный спрос на квалифицированный персонал. Наблюдается дефицит поваров, официантов и барменов. Для детального анализа воспользуемся данными HeadHunter (hh.ru) от 18 ноября 2024 года по рынку труда в общепите (табл. 1).

Таблица 1

Вакансии в сфере общественного питания по России

Вакансия	Количество, человек	Доля, %
Повар	69 700	57,6
Официант	36 548	30,2
Бармен	14 813	12,2
Итого	121 061	100

По данным, представленным на hh.ru, в России большая доля вакансий в сфере общественного питания приходится на специалистов по приготовлению пищи (поваров) – 57,6 %, далее идут официанты – 30,2 % и бармены – 12,2 %. В основном предлагают работу на полную занятость – 87,1 % и без опыта работы – 80,5 % – от общего количества поданных заявок. Диапазон окладов колеблется от 10 тыс. до 300 тыс. рублей.

Основными работодателями являются «Бургер кинг», «Пятерочка», «Азбука вкуса», «Ашан», «Лента», «Вкусно и точка», «Додо пицца Россия» и другие предприятия и частные лица.

Далее рассмотрим вакансии в сфере общественного питания по городу Казань, табл. 2.

Таблица 2

Вакансии и работа в сфере общественного питания в г. Казани

Вакансия	Количество, человек	Доля, %
Повар	1201	61,5
Официант	538	27,6
Бармен	214	10,9
Итого	1953	100

Данные табл. 2 показывают, что в городе Казани также самая востребованная вакансия среди работников общественного питания – повар – 61,5 %, официанты – 27,6 % и бармены – 10,9 %. Также соискателям работы предлагается работа на полную занятость – 53,7 % и в основном без опыта работы – 51,7 % – от общего количества поданных заявок. Диапазон заявляемых окладов аналогичен предлагаемым по России.

Основными работодателями являются «Пятерочка», «Магнит», «Бургер кинг», «Бинхартс», «Суши мастер», «Додо пицца Россия», «Тазылык», «ТАТНЕФТЬ-УСР», «КФС КАМА» и другие предприятия и частные лица.

Более подробно рассмотрим вакансии в сфере общественного питания по городу Нижнекамску.

Таблица 3

Вакансии и работа в сфере общественного питания в г. Нижнекамске

Вакансии	Количество, человек	Доля, %
Повара	160	62,3
Официант	67	26,1
Бармен	30	11,6
Итого	257	100

Данные табл. 3 демонстрируют, что в городе Нижнекамске общая численность вакансий составила 257 человек, из них 62,3 % приходится на поваров, официантов – 26,1 % и барменов – 11,6 %. Предлагают в основном полную занятость и без опыта работы – 95,1 % и 97,1 % соответственно.

Основными работодателями являются «Бургер кинг», «Бинхартс», «Суши мастер», «Додо пицца» и другие предприятия. Диапазон заявляемых окладов аналогичен предлагаемым по России. Таким образом, на основании этих таблиц можно сделать вывод о том, что среди вакансий и работ основная доля приходится на поваров.

Одна из предпосылок кадрового дефицита – руководители предприятий общественного питания – низкая привлекательность профессии, частая смена сотрудников, нестабильный график работы (часто работа в выходные и праздничные дни) и сложные условия труда:

- значительные физические нагрузки – перенос тяжестей, высокая мышечная напряженность,
- большая часть рабочего времени осуществляется стоя,
- работать приходится в условиях повышенной влажности воздуха,
- высокая температура производства в горячем цеху,
- загрязнение воздуха взвешенными частицами сыпучих продуктов и многие другие отрицательные факторы.

Проблема дефицита работников в сфере ресторанного бизнеса также связана с оттоком зарубежной рабочей силы, на которую отрицательно повлияла девальвация рубля. Таким образом, трудовым мигрантам, которые раньше трудились на предприятиях общественного питания, стало просто невыгодно приезжать в Россию.

На фоне нехватки трудовых ресурсов на предприятиях общественного питания постоянно идет набор работников, не имеющих профильного образования и опыта работы в данной сфере деятельности. При этом остро не хватает именно молодых мужчин, так как в сфере общественного питания требуется физическая сила и выносливость. Заведения общественного питания готовы вкладываться в такой персонал.

Одним из способов решения проблемы дефицита кадров в общественном питании – это персональное распределение выпускников, окончивших специальные средние или высшие учебные заведения за счет средств государственного или республиканского бюджетов. Также профильным учебным заведениям рекомендуется заключения договоров целевого обучения с предприятиями сферы общественного питания.

Список литературы

1. ГОСТ Р 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения». – М.: Стандартиформ, 2014. – 12 с.
2. ГОСТ 30524-2013 «Услуги общественного питания. Требования к персоналу» – М.: Стандартиформ, 2019. – 24 с.
3. Российский ресторанный рынок в 2024 году: проблемы, тренды, прогнозы. – URL: <https://strategyjournal.ru/ekonomika-i-biznes/rossijskij-restorannyj-rynok-problemy-trendy-prognozy> (дата обращения: 18.11.2024).
4. ГородРабот.ру. – URL: https://kazan.gorodrabot.ru/%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80?main_ind=21 (дата обращения: 18.11.2024).

Trofimova Tatiana Petrovna,

senior lecturer,

Prokofieva Ulyana Alekseevna,

senior lecturer

Matveeva Elena Lavrentieva,

D.B.N., Professor

Nizhnekamsk Branch of Kazan Innovation University

named after V.G. Timiryasov (IEPU)

Nizhnekamsk, Russia

PROBLEMS OF SHORTAGE OF PERSONNEL IN THE FIELD OF PUBLIC CATERING

Abstract: The article discusses the problems of shortage of personnel in the field of public catering. The issue of the development of this area in modern economic conditions is considered. The data on vacancies and jobs in key specialties in the field of public catering in Russia as a whole and in the cities of Kazan and Nizhnekamsk were studied. The article considers the issues of overcoming the crisis situation due to the shortage of personnel in the field of public catering.

Key words: public catering, development trends, growth of turnover, catering staff, jobs and vacancies, staff shortage and its causes, ways out of the personnel crisis

References

1. GOST R 31985-2013 "Catering services. Terms and definitions". – М.: Standartinform, 2014. – 12 p.
2. GOST 30524-2013 "Catering services. Requirements for personnel" – Moscow: Standartinform, 2019. – 24 p.
3. The Russian restaurant market in 2024: problems, trends, forecasts: <https://strategyjournal.ru/ekonomika-i-biznes/rossijskij-restorannyj-rynok-problemy-trendy-prognozy> (accessed 11/18/2024).
4. <url>: https://kazan.gorodrabot.ru/%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80?main_ind=21 (accessed 11/18/2024).

Хайруллина Эмилия Ильшатовна,

студент,

Ленинградский Государственный Университет имени А. С. Пушкина

Научный руководитель: Шкуропат Светлана Геннадьевна,

кандидат культурологии, доцент,

Ленинградский Государственный Университет имени А. С. Пушкина

Санкт-Петербург, Россия

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ ИЗ ОАЭ В ГОСТИНИЦЕ (НА ПРИМЕРЕ HALAL FRIENDLY)

Аннотация. Актуальность данного исследования связано с тем, что под влиянием геополитических факторов Россия переориентировалась с туристов из стран Европы, на туристов, приезжающих из стран Азии, и Ближнего Востока, в том числе Объединенных Арабских Эмиратов. Цель исследования: разработать рекомендации по организации обслуживания гостей из ОАЭ для гостиниц в РФ. Теоретико-методологическую основу работы составили: нормативные документы, интернет-ресурсы, сайты предприятий, исследования Ахунова Ф. М, Магомедова Г. и другие. Практическая значимость результатов исследования заключается в применении результатов исследования в деятельности гостиничных предприятий, обслуживающих туристов из стран Ближнего Востока, учитывающих их религиозные и национальные особенности. В итоге, автором был создан ряд рекомендаций по созданию комфортной среды для арабских туристов в отеле.

В 2022 году произошли масштабные изменения на туристском рынке Российской Федерации. Интернациональные компании массово покинули российский рынок, а поток иностранных туристов стал значительно меньше. Однако за 2023 год Россия смогла адаптироваться к существующим условиям и, несмотря на сложности, увеличить поток туристов, приезжающих из других стран, в сравнении с пандемийным 2020 г. Сегодня туристы из ОАЭ приезжают в Россию с различными целями, среди них такие, как [1]:

- деловые цели;
- отдых с семьей.

Как видно из статистических данных (см. рис. 1) туристы из ОАЭ занимали в 2022 и 2023 г. 4 место по въездам в нашу страну [2].

Из каких стран чаще всего въезжали в Россию иностранные туристы

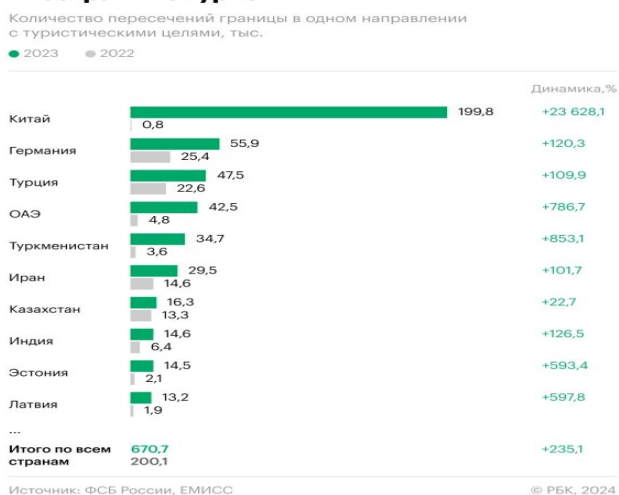


Рис. 1. Статика въездных туристов в РФ 2022 и 2023 гг.

Для гостей из Ближнего Востока важным фактом является наличие смежных номеров, так как чаще всего они приезжают большими семьями. При этом скорость обслуживания также крайне важна и является одним из ключевых факторов лояльности ближневосточных гостей [3].

Стоит понимать, что если специализация отеля – туристы из мусульманских стран, то отелю следует пройти халяльную сертификацию, в противном случае следует убрать алкоголь из мини-баров. При заезде туристов, отель может оставлять комплимент в номере: арабские сладости, орехи, финики [3].

Во время Рамадана отель может сформировать специальное халяльное меню, а если у него нет возможности организовать обслуживание в ресторане, то активно должен работать *room service* [3]. Арабские туристы интересуются классическими экскурсионными турами, но больший интерес у них вызывают интересные гастрономические заведения и шоппинг [4]. При обслуживании арабских туристов нужно учитывать наличие отдельной парной и бассейна для женщин [5].

Так как с 2022 г. оплачивать иностранными картами в России невозможно, то все нюансы по оплате отель должен прописывать на своем сайте для удобства иностранных туристов [3]. Обслуживание туристов из Объединенных Арабских Эмиратов – это не только про особенность менталитета, это также касается рациона, который строго контролируется религией страны. «Халяль» по отношению к еде означает допустимую пищу с точки зрения правовых, морально-этических и религиозных норм ислама [6]. Сертификат нельзя оформить на некоторые виды продуктов, такие как [6]: свинину и продукты, в составе которых есть свинина, алкоголь и напитки, содержащие спирт, свиной жир, животных, убитых неправильным способом, не в соответствии с правилами Корана, продукты, содержащие желатин, который может быть получен из свинины или в этом процессе могут использоваться неправильные методы [7]. Наличие сертификата «Халяль» дает возможность отелю повысить свою репутацию [8].

Для принятия арабских гостей гостиница не обязана обязательно проходить сертификацию халяль, но может лишь брать во внимание гастрономические предпочтения гостей из ОАЭ. Во время священного месяца Рамадан гости могут воспользоваться *room service*, который в четырех и пятизвездочных отелях работает круглосуточно [9].

Туристам из ОАЭ можно предложить в гостинице следующее питание [7]:

1. Салаты. Различные овощные салаты с добавлением большого количества зелени (петрушка, мята, лук), приправленные лимонным соком или растительным маслом, для калорийности в салаты также можно добавить крупы (кус-кус, булгур): макфуса (салат из печеных кабачков), табуле с булгуром.

2. Супы. В основе супов чаще всего мясной бульон (говядина, баранина) с добавлением бобовых или крупы (нут, чечевица, булгур). В супы также добавляются овощи. В качестве второго блюда можно подать: гороховый суп с мясом и картофелем, суп из чечевицы с булгуром, крем-суп из баранины со сливками.

3. Горячие блюда. В качестве горячего блюда можно подать рыбу, птицу, говядину или баранину вместе с гарниром из булгура, кус-куса с овощами. Пример блюд: булгур с курицей и овощами, мансаф (мясо с рисом в кефирной заправке), рагу из телятины.

4. Фрукты в свежем и сушеном виде. Пример: арбуз, дыня, яблоки, груша, курага, финики, чернослив, изюм.

5. Десерты и выпечка. Основа арабской выпечки – пшеничная мука. В выпечку добавляют сухофрукты, сыры, зелень и т. д. Пример: катаеф, губадия из слоеного теста, шербет, мамуль (мука, финики и мед), басбус из манки, лукаймат, пахлава.

6. Напитки: черный чай, кофе, карак (черный чай с молоком, приготовленный особым способом).

На основе вышеперечисленного анализа традиционной арабской кухни автором было разработано примерное меню *Room Service* для туристов из Объединенных Арабских Эмиратов, которое подготавливается специально под заезд арабской группы.

Завтрак, 650 р.:

- Шакшука (жаренные яйца, помидоры, зелень) 100 г.
- Мутабаль (запеченные баклажаны) 150 г.
- Лаффа с заатар (ближневосточная лепешка со специями) 120 г.
- Лаффа с сыром (ближневосточная лепешка с сыром) 120 г.
- Козий сыр 60 г.
- Кофе на песке 200 мл.

Холодные закуски:

– Свежие овощи (томаты, огурец, редис, сельдерей, болгарский перец, зелень) 225 г, 220 р.

- Ассорти сыров (Пармезан, Козий сыр, Камамбер, Лабане) 195\30 г, 770 р.
- Шамандор (свекла, микс-салат, сыр лабане, специя заатар) 180 г, 380 р.
- Фатуш (овощи, гренки, гранатовый соус) 250 г, 520 р.
- Хундра (свежие томаты, огурцы, зеленый лук, свежая мята, оливковое масло, лимонный сок) 250 г, 400 р.

Супы: Острый суп из баранины (бульон из баранины, булгур, овощи) 245 г, 480 р.

- Крем суп из красной чечевицы 240 г, 380 р.
- Махлута (овощной бульон, ливанский рис, зеленая чечевица, овощи) 245 г, 350 р.

Горячие блюда:

– Мансаф (тушеная баранья нога, рисом, кибби, жареные орехи) 260 г, 1 250 р.
– Кус-кус с бараниной (кус-кус с обжаренной бараниной с овощами и томатным соусом) 240 г, 780 р.

– Кус-кус с овощами (кус-кус с обжаренными овощами и томатным соусом) 240 г, 450 р.
– Шаурма открытая с бараниной (обжаренная баранина, ливанская лепешка, соус таратор) 130 г, 750 р.

– Мутафая с морепродуктами (жаренные в оливковом масле лангустины, мини-кальмары, чеснок, кинза, специи).

- Хумус с мясом (протертый нут, кунжутная паста, кусочки баранины) 170 г, 520 р.
- Самбусики со шпинатом (домашние арабские пирожки с козьим сыром) 140 г, 420 р.
- Маклуде (рис, баклажаны, картофель, курица и орехи) 320 г, 650 р.
- Фрике (баранина, молодая, вареная пшеница, жареный миндаль) 375 г, 1 250 р.
- Сауда харуф (жаренная баранья печень, овощи, специи) 350 г, 650 р.
- Лубиа (стручковая фасоль, томатный соус, подается с рисом) 210 г, 520 р.

Соусы:

- Тум (чесночный соус) 50 г, 100 р.
- Хад (острый томатный соус) 50 г, 100 р.

Гарниры:

- Арнабит (брокколи, обжаренное на оливковом масле) 100 г, 200 р.
- Батата (жаренный во фритюре картофель с базиликом) 150 г, 200 р.
- Худра (овощи на углях) 180 г, 300 р.
- Рис белый (отварной рис) 150 г, 150 р.
- Рис с шария (отварной рис с вермишелью) 150 г, 150 р.

Десерты:

– Маамуль (традиционное арабское печенье с грецким орехом, фиником и медом) 110 г, 420 р.

- Катаеф (сладкое тесто, ливанский сыр, мед) 140 г, 390 р.
- Пахлава 90 г, 100 р.

– Ассорти из фруктов (ананас, виноград, клубника, груша, апельсин, питахайя, киви) 500 г, 750 р.

Напитки:

– Свежевыжатый сок в ассортименте (апельсиновый, яблочный, морковный) 200 мл, 220 р.

– Вода Aqua Minerale 500 мл, 100 р.
– Айран 200 мл, 250 р.
– Лимонад в ассортименте (грейпфрут-анис, ромашка-алое-вера, роза-гибискус) 200 мл, 350 р.

Кофе: Кофе по Ливански 40 мл, 200 р.

- Эспрессо 40 мл, 200 р.
- Американо 40 мл, 200 р.
- Капучино 200 мл, 280 р.
- Латте 250 мл, 280 р.

Чай 450 мл, 600 р. :

– «Карак», «Ассам», «Элгрей», «Каркаде», «Зхурат» (горные ливанские травы), «Жасмин».

Хорошо, если подробное описание блюд и напитков будет представлено в виде буклета room service для арабских гостей. Служба room service, как подразделение, входит в систему ресторанного обслуживания и является составным элементом этого департамента. Служба room service работает круглосуточно, то график персонала сменный.

Этикет – неотъемлемая часть культуры любого народа, а также обслуживания гостей, поэтому знание кросс-культурных различий является обязательной составляющей работника сферы обслуживания, особенно в гостеприимстве.

Автор составил памятку для сотрудников отеля, в которой указаны основные моменты, которые стоит учитывать при обслуживании гостей из ОАЭ [10]:

Приветствие арабских гостей:

1. Если вы подошли к группе людей, то здоровайтесь первыми.
2. Человек, поднимающийся по лестнице, первым приветствует того, кто спускается.
3. Не дотрагивайтесь до арабской женщины. Здоровайтесь с ней кивком головы.
4. С утра, вместо «Доброе утро», можете поприветствовать их фразой «Выпили ли вы чашечку кофе?».

Этикет при общении с арабскими туристами:

1. При общении с группой гостей всегда обращайтесь к мужчине, однако держите зрительный контакт и улыбку со всеми членами группы.
2. Во время разговора сохраняйте личное пространство между собой и гостем.
3. Избегайте комплиментов и не показывайте восхищения какими-либо вещами.

Жесты:

1. Приветствовать арабского гостя лучшего всего подняв правую руку вверх открытой ладонью вперед и произнеся «Салам».
2. Не показывайте арабским гостям большой палец вверх.
3. Для привлечения гостя на расстоянии двигайте рукой так, будто вкручиваете лампочку по часовой стрелке.
4. Чтобы позвать гостя – вытяните руку вперед ладонью вниз, при этом пальцами делайте как будто бы скребущее движение.
5. Во время разговора в сидячем положении нельзя направлять ступни на собеседника и показывать подошвы. Лучше всего сидеть, поставив обе ноги на пол.

Для работников ресторана:

1. Обслуживайте арабских гостей всегда с правой стороны.
2. Подавайте приборы, блюда, разливайте напитки с правой стороны.

Работнику сферы гостеприимства необходимо понимать культурные различия туристов из ОАЭ и использовать это в процессе обслуживания гостей. Такой подход дает ему почувствовать себя как дома, что является главным принципом гостеприимства. Также соблюдение культурных различий помогает персоналу понять гостя даже при наличии языкового барьера [10].

Таким образом, были изучены особенности организации приема и размещения гостей из ОАЭ, на основе которых разработали рекомендации по обслуживанию туристов. Основной акцент был сделан на концепции Halal friendly, что означает «соответствие услуг и условий

проживания мусульманским правилам и предписаниям». Продукт, полученный в ходе написания курсовой работы, можно применить как для ресторана, так и для работников отеля.

Список литературы

1. Visit Dubai // Официальный гид по туризму в Дубай: сайт. – URL: <https://www.visitdubai.com/ru> (дата обращения: 13.11.2023).
2. Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Российскую Федерацию (Росстат) // Федеральное агентство по туризму: сайт. – URL: <https://tourism.gov.ru> (дата обращения: 10.03.2024).
3. Восток – дело тонкое»: как отели принимают гостей с Ближнего Востока и Азии // Сообществе профессионалов гостиничного бизнеса : сайт. – URL: <https://www.frontdesk.ru/article/vostok-delo-tonkoe-kak-oteli-prinimayut-gostey-s-blizhnego-vostoka-i-azii> (дата обращения: 12.03.2024).
4. Казань // Официальный сайт правительства Казани: сайт. – URL: <https://kzn.ru> (дата обращения: 26.02.2024).
5. Ахунов Ф.М. Основы этнографии стран арабского востока: учебное пособие / Ф.М. Ахунов. – Казань: Казанский федеральный университет, 2014. – 336 с.
6. Орган по сертификации продукции «роскачество-халяль» // Российская система качества : сайт. – URL: <https://roskachestvo.gov.ru/about/competence/halal/certification-products/?ysclid=ltotgicw17266673708> (дата обращения: 12.03.2024).
7. Арабская кухня / ЗАО «Издательский дом "Комсомольская правда"»; А. Барагамян. – Москва : Директ-медиа, 2011. – 70 с. – ISBN 978-5-7475-0111-9
8. ГОСТ Р 70405-2022 Продукция и услуги халяль. Общие термины и определения : дата введения 2023-03-01. – Москва : ФГБУ «РСТ», 2023. – 8 с.
9. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. : Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2020. – № 1860. – Ст. 616.
10. Магомедов Г. В. Этикет в арабо-исламской культуре // Россия и мусульманский мир. 2012. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etiket-v-arabo-islamskoy-kulture> (дата обращения: 14.01.2024).

Emilia Ilshatovna Khairullina,
student,
Pushkin Leningrad State University
Scientific supervisor: **S. G. Shkuropat,**
Ph.D. of Cultural Studies, Associate,
Pushkin Leningrad State University

FEATURES OF ORGANIZING RECEPTION AND ACCOMMODATION OF TOURISTS FROM THE UAE IN A HOTEL (ON THE EXAMPLE OF HALAL FRIENDLY)

Abstract. The relevance of this study is due to the fact that under the influence of geopolitical factors, Russia has reoriented itself from tourists from European countries to tourists coming from Asian countries and the Middle East, including the United Arab Emirates. The purpose of the study: to develop recommendations for organizing services for guests from the UAE for hotels in the Russian Federation. The theoretical and methodological basis of the work consisted of: regulatory documents, Internet resources, enterprise websites, research by Akhunov F. M., Magomedov G. and others. The practical significance of the research results lies in the application of the research results in the activities of hotel enterprises serving tourists from the Middle East, taking into account their religious and national characteristics. As a result, the author created a number of recommendations for creating a comfortable environment for Arab tourists in the hotel.

References

1. Visit Dubai // Official tour guide to Dubai: website. – URL: <https://www.visitdubai.com/ru/> (date of access: 11/13/2023)
2. The number of inbound tourist trips of foreign citizens to the Russian Federation (Rosstat) // Federal Agency for Tourism: website. – URL: <https://tourism.gov.ru> (date of application: 03/10/2024)
3. The East is a delicate matter: how hotels receive guests from the Middle East and Asia // The community of hotel business professionals : website. – URL: <https://www.frontdesk.ru/article/vostok-delo-tonkoe-kak-oteli-prinimayut-gostey-s-blizhnego-vostoka-i-azii> (date of application: 03/12/2024)
4. Kazan // Official website of the Government of Kazan: website. – URL: <https://kzn.ru> (date of application: 02/26/2024)
5. Akhunov F.M. Fundamentals of ethnography of the countries of the Arab East: a textbook / F.M. Akhunov. – Kazan: Kazan Federal University, 2014. – 336 p
6. Roskachestvo-Halal product certification body // Russian quality system : website. – URL: <https://roskachestvo.gov.ru/about/competence/halal/certification-products/?ysclid=ltot-gicw17266673708> (accessed 12.03.2024)
7. Arabic cuisine / CJSC Komsomolskaya Pravda Publishing House; A. Baragamyann. – Moscow : Direct Media, 2011. – 70 p. – ISBN 978-5-7475-0111-9
8. GOST R 70405-2022 Halal products and services. General terms and definitions : date of introduction 2023-03-01. – Moscow : Federal State Budgetary Institution "PCT", 2023. – 8 p.
9. Resolution of the Government of the Russian Federation of November 18, 2020 : Resolution of the Government of the Russian Federation of November 18, 2020 // Collection of legislation of the Russian Federation. – 2020. – No. 1860. – Article 616.10. Magomedov G.V. Etiquette in Arab-Islamic culture // Russia and the Muslim world. 2012. No.12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etiket-v-arabo-islamskoy-kulture> (date of application: 14.01.2024).

УДК 338.2

Шаймиева Эльмира Шамилевна,

д. э. н., доцент,

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирязова,
Казань, Россия

Гумерова Гюзель Исаевна,

д. э. н., профессор,

Финансовый университет при Правительстве РФ
Москва, Россия

ИММЕРСИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТУРИЗМА ПО СОЗДАНИЮ КОНКУРЕНТНОГО ТУРПРОДУКТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ: ПРИМЕНЕНИЕ В ПРОЕКТАХ, СТАРТАПАХ

Аннотация. Усиление роли креативных индустрий как драйвера российской экономики обеспечивает научно-практический интерес в уточнении методов укрепления данной позиции в цифровой экономике. В работе рассмотрены содержание понятий «иммерсивных технологий туризма», возможности использования проектного подхода в процессе подготовки конкурентного турпродукта, что формирует цель исследования. В работе уточнена сущность иммерсивных (цифровых) технологий; уточнены области применения использования иммерсивных (цифровых) технологий при создании конкурентного турпродукта.

Актуальность исследования. Развитие креативных индустрий в российском экономическом пространстве, опирающееся на принятый ФЗ 08.08.2024 № 330-ФЗ, Приказ № 2931 от 20.10.2023, где «...деятельность самостоятельных экскурсоводов и гидов по предоставлению экскурсионных туристических услуг» (код 79.90.22 по ОКВЭД.2) включена в состав культурно-зрелищной (креативной) индустрии, обуславливает необходимость исследования и внедрения новых форм и видов создания конкурентных турпродуктов в области креативных индустрий, имеющих федеральный, региональный характеры [1, 2]. Креативные индустрии, обладая ярко выраженным проектным характером развития, способны предлагать конкретные решения по созданию новых турпродуктов на основе цифровых (иммерсивных) технологий, с высокой степенью конкурентоспособности. **Цель исследования** заключается в исследовании содержания понятий «иммерсивных технологий туризма», возможности использования проектного подхода в процессе подготовки конкурентного турпродукта.

Степень изученности проблемы. В работе Кропиновой Е. Г. и соавторов, где под «иммерсивностью» понимается «...действие с полным погружением...», отмечается недостаток форматов турпродукта с использованием иммерсивных технологий на примере Калининградской области [3. С. 80]. В частности, на основе эмпирического анализа пяти популярных экскурсий в исследуемом регионе авторы приходят к выводу о незначительном использовании интерактивных технологий.

Научно-прикладной интерес представляют объекты интеллектуальной собственности зарегистрированы в Роспатенте в 2024 г.: (а) база данных Подольской Т.В. и соавторов, предлагающих «...кейсы иммерсивных цифровых технологий на примере конкретного объекта туриндустрии, локализованного в субъекте Российской Федерации...»: данная база данных направлена на «...формирования конкурентоспособного турпродукта и продвижения российских туристических дестинаций на отечественном и зарубежном рынках...»; (б) программа для ЭВМ Худышкина Е. П., где VR-технологии (или технологии виртуальной реальности) предлагаются использовать в промышленном туризме [4; 5].

В исследовании Сарафановой А. Г., Сарафанова А. А. рассматриваются вопросы использования цифровых технологий (VR, AR) то есть технологий виртуальной, дополненной реальности, смешанной реальности (MR) при создании турпродукта в период COVID-19, а также как возможность преодоления «...навязанных дистанцированием ограничения мобильности и социальные ограничения...» [6. С. 29].

Основные результаты. Опираясь на сущность упомянутых цифровых технологий, когда виртуальная реальность «...это – компьютерная симуляция окружающей среды, то смешанная реальность представляет собой сосуществование реального и виртуального миров. Дополненная реальность – это разновидность смешанной реальности, в которой реальная среда накладывается на цифровой контекст...», применительно к теме исследования можно сформировать направления применения иммерсивных технологий в туризме для развития креативных индустрий, создания конкурентного турпродукта:

- стартапы, проектная деятельность в области туризма в рамках образовательных организаций [7];
- организация туризма для маломобильных граждан, что является составной частью «инклюзивных практик креативных индустрий» применительно к туризму [8. С. 22];
- создание конечного турпродукта на этапе апробации с использованием иммерсивных технологий [4].

Выводы. В завершении исследования можно сделать следующие выводы: (1) уточнена сущность иммерсивных (цифровых) технологий; (2) уточнены области применения использования иммерсивных (цифровых) технологий при создании турпродукта. Создание конкурентного турпродукта в цифровой экономике необходимо проектировать на основе использования иммерсивных (цифровых) технологий для повышения уровня его конкурентоспособности на федеральном, глобальном уровнях. Повышению уровня конкурентоспособности турпродукта на основе иммерсивных (цифровых) технологий способствуют акселерационные программы, платформы, в которых реализуется проектный подход.

Список литературы

1. Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» //Официальное опубликование правовых актов – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202408080136> (дата обращения: 12.10.2024).
2. Приказ об утверждении собирательной классификационной группировки видов экономической деятельности в области деятельности творческих (креативных) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД 2) ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2) // Утверждена приказом Министерства культуры РФ от 20.10.2023 № 2931– URL: <https://base.garant.ru/408100009> (дата обращения: 12.10.2024).
3. Кропинова Е. Г., Коршунова Н. В., Смирнова Е., Суркова А. С. Использование иммерсивных технологий в туризме (на примере Калининградской области) // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Естественные и физико-математические науки. 2022. Т. 15, № 4. С. 78–89.
4. Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2024622923 Российская Федерация. Кейсы интеграции иммерсивных цифровых технологий в различных видах туризма в России, структурированные по регионам : № 2024622440 : заявл. 13.06.2024 : опубл. 03.07.2024 / Т. В. Подольская, Н. В. Брюханова, Е. А. Васюта, Д. С. Ушаков ; заявитель Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».
5. Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2024618292 Российская Федерация. ВДЕЛЕ – VR платформенное решение для раннего профессионального самоопределения и промышленного туризма : № 2024617397 : заявл. 10.04.2024 : опубл. 10.04.2024 / Е. П. Худышкин.
6. Сарафанова А. Г. Технологии смешанной реальности в туристской сфере / А. Г. Сарафанова, А. А. Сарафанов // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2021. – Т. 7, № 4. – С. 20–33. – DOI: 10.18413/2408-9346-2021-7-4-0-3.
7. Развитие компетенций российско-китайских студенческих проектных обменов в области креативных индустрий: идея стартапа с использованием инструментов иммерсивного туризма / Э. Ш. Шаймиева, А. А. Кокурина, Г. И. Гумерова [и др.] // Проблемы экономики и юридической практики. – 2024. – Т. 20, № 2. – С. 283–291. – DOI: 10.33693/2541-8025-2024-20-2-283-291.
8. Мацукевич О. Ю. Инклюзивные креативные практики в развивающем пространстве Российской культуры / О. Ю. Мацукевич, Н. Н. Ярошенко // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2022. – № 5(109). – С. 133–141. – DOI: 10.24412/1997-0803-2022-5109-133-141

Elmira Shamilevna Shaimieva,

Doctor of Economics, Associate Professor,

Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (IEML),

Kazan, Russia

Guzel Isaevna Gumerova,

Doctor of Economics, Professor, Financial University under the Government
of the Russian Federation

IMMERSIVE TOURISM TECHNOLOGIES TO CREATE A COMPETITIVE TOURISM PRODUCT FOR THE DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES: APPLICATION IN PROJECTS, STARTUPS

Abstract. The strengthening of the role of creative industries as a driver of the Russian economy provides scientific and practical interest in clarifying the methods of strengthening this position in the digital economy. The paper considers the content of the concepts of "immersive

tourism technologies", the possibility of using a project approach in the process of preparing a competitive tourist product, which forms the purpose of the study. The paper clarifies the essence of immersive (digital) technologies; clarifies the areas of application of the use of immersive (digital) technologies in the creation of a competitive travel product.

References

1. Federal Law No. 330-FZ dated 08.08.2024 "On the development of creative (creative) Industries in the Russian Federation" //Official publication of legal Acts – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202408080136> (accessed 12.10.2024)
2. The order on approval of the collective classification grouping of types of economic activity in the field of creative (creative) industries based on the All-Russian classifier of types of economic activity (OKVED 2) OK 029-2014 (KDES Ed. 2) // Approved by Order of the Ministry of Culture of the Russian Federation dated 10/20/2023 No. 2931- URL: <https://base.garant.ru/408100009> (accessed 12.10.2024).
3. Kropinova E. G., Korshunova N. V., Smirnova E., Surkova A. S. The use of immersive technologies in tourism (on the example of the Kaliningrad region) // Bulletin of the Pskov State University. Series: Natural and physical-mathematical sciences. 2022. Vol. 15. No. 4. pp. 78-89
4. Certificate of state registration of the database No. 2024622923 Russian Federation. Cases of integration of immersive digital technologies in various types of tourism in Russia, structured by region : No. 2024622440 : application 13.06.2024 : publ. 03.07.2024 / T. V. Podolskaya, N. V. Bryukhanova, E. A. Vasyuta, D. S. Ushakov ; applicant Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation."
5. Certificate of state registration of the computer program No. 2024618292 Russian Federation. VDELE – VR platform solution for early professional self-determination and industrial tourism : No. 2024617397 : application 10.04.2024 : publ. 10.04.2024 / E. P. Khudyshkin.
6. Sarafanova, A. G. Technologies of mixed reality in the tourism sector / A. G. Sarafanova, A. A. Sarafanov // Scientific result. Business and service technologies. - 2021. – Vol. 7, No. 4. – pp. 20-33. – DOI: 10.18413/2408-9346-2021-7-4-0-3.
7. Development of competencies of Russian-Chinese student project exchanges in the field of creative industries: the idea of a startup using immersive tourism tools / E. Sh. Shaimieva, A. A. Kokurina, G. I. Gumerova [et al.] // Problems of economics and legal practice. - 2024. – Vol. 20, No. 2. – Pp. 283–291. – DOI: 10.33693/2541-8025-2024-20-2-283-291.
8. Matsukevich, O. Y. Inclusive creative practices in the developing space of Russian culture / O. Y. Matsukevich, N. N. Yaroshenko // Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts. – 2022. – № 5(109). – Pp. 133–141. – DOI: 10.24412/1997-0803-2022-5109-133-141

УДК 33.65.01

**Юркевич Максим Владимирович, Грицук Яна Александровна,
Васильченко Анастасия Олеговна,**

студенты, к. э. н., доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента
Полесский государственный университет,
Пинск, Беларусь

РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация. Индустрия гостеприимства отличается высокой конкуренцией, что обуславливает необходимость эффективного управления качеством услуг для укрепления позиций организаций на рынке. Целью работы является анализ роли систем менеджмента качества

в повышении конкурентоспособности предприятий гостеприимства. Рассмотрены ключевые принципы управления, включая клиентоориентированность и постоянное совершенствование, а также их реализация на примере программы Marriott International "Spirit to serve". Результаты подтверждают значимость управления качеством услуг для удовлетворения потребностей клиентов, оптимизации процессов и обеспечения устойчивого роста. Исследование обладает практической ценностью для развития стратегий повышения конкурентоспособности.

На сегодняшний день индустрия гостеприимства охватывает широкий спектр услуг, включая гостиницы, рестораны, туризм и сопутствующие сервисы, направленные на удовлетворение потребностей клиентов в комфорте и отдыхе. Анализ современной экономической ситуации на отечественном рынке, международный опыт развития туристического бизнеса свидетельствуют о наличии устойчивой тенденции ужесточения конкуренции между предприятиями сферы гостиничного хозяйства [1].

Конкурентоспособность организации определяется ее способностью предлагать товары и услуги, которые более полно удовлетворяют актуальные потребности рынка по сравнению с конкурентами, что способствует повышению результативности ее деятельности [1].

Качество предоставляемых услуг является ключевым фактором, определяющим конкурентоспособность организации. Высокое качество способствует удовлетворению и удержанию клиентов, повышению репутации и, как следствие, увеличению рыночной доли. Качество – наиболее важный критерий конкурентоспособности организаций в любой отрасли. Управление качеством является систематическим процессом, от регулярности выполнения которого зависит успешность бизнеса. Международный стандарт ИСО 9000 определяет качество как «степень соответствия совокупности присущих характеристик объекта требованиям» [2. С. 2]. В контексте отрасли гостеприимства качество означает соответствие услуг ожиданиям и потребностям клиентов, которое обеспечивает их удовлетворение и лояльность. В условиях высокой конкуренции качество становится решающим фактором для привлечения и удержания клиентов, формирования положительного имиджа и повышения прибыльности организаций.

Управление качеством – это непрерывный процесс целенаправленного воздействия на объекты управления в области качества, осуществляемый на всех этапах и стадиях жизненного цикла услуги, имеющий целью формирование, обеспечение и поддержание заданного (требуемого) уровня качества, удовлетворяющего требованиям потребителей и общества в целом [3]. Основная цель управления качеством – не только удовлетворение текущих потребностей, но и создание условий для долгосрочной лояльности клиентов.

Для достижения этой цели компаниям необходимо внедрение структурированной системы, которая обеспечивает стабильное качество на всех этапах взаимодействия с клиентом. Такой системой является система менеджмента качества, включающая в себя действия, с помощью которых организация устанавливает свои цели и определяет процессы, ресурсы, требуемые для достижения желаемых результатов. Вышеупомянутая система позволяет не только контролировать выполнение требований, но и интегрировать принципы управления качеством в повседневную деятельность компании. Эти принципы включают [2]:

- клиентоориентированность;
- лидерство;
- вовлечение сотрудников;
- процессный подход;
- постоянное совершенствование.

Клиентоориентированность фокусируется на удовлетворении требований потребителей и стремлении превзойти их ожидания, что способствует укреплению их доверия и лояльности.

Второй принцип подразумевает создание руководством четких целей и направлений, обеспечивая слаженную работу всех сотрудников для достижения задач в области качества.

Вовлечение сотрудников ориентировано на активное участие компетентных и ответственных работников, что усиливает способность организации создавать ценность и добиваться поставленных целей.

Процессный подход предполагает управление деятельностью как системой взаимосвязанных процессов, что обеспечивает предсказуемые и стабильные результаты, улучшая эффективность и продуктивность работы.

Пятый принцип сосредотачивает организацию на постоянном улучшении.

Развитие системы менеджмента качества позволяет компаниям успешно адаптироваться к изменениям во внутренней среде, а также оперативно реагировать на влияние факторов внешней среды. Внедрение системы менеджмента качества становится не просто инструментом улучшения, а фундаментом для устойчивого роста конкурентоспособности.

Примером внедрения системы менеджмента качества с целью повышения конкурентоспособности предприятия в мировой практике служит программа «Spirit to serve» от организации Marriott International – международный лидер среди компаний по управлению гостиничными сетями. Данная программа базируется на вышеперечисленных принципах и представляет собой стратегическую инициативу, которая направлена на повышение качества обслуживания и удовлетворение потребностей клиентов. Ее реализация проходила в 3 этапа:

1. Обучение персонала.

Marriott внедрила многоуровневую систему обучения, включающую базовые тренинги, курсы для менеджеров и повышение квалификации, с акцентом на управление конфликтами, эмоциональный интеллект, коммуникацию и индивидуальный подход. Инновации, такие как симуляционные тренинги и цифровые платформы, обеспечивают эффективную подготовку сотрудников. Примером результата стало повышение удовлетворенности гостей на 20 % после курсов по межкультурной коммуникации в отелях на Ближнем Востоке.

2. Система обратной связи.

Организация использует опросники удовлетворенности и интерактивные панели для сбора отзывов клиентов, которые затем централизованно обрабатываются и классифицируются по категориям. На основе этих данных разрабатываются корректирующие меры, например, введение круглосуточной службы “At Your Service”, позволяющей гостям обращаться за помощью через приложение или телефон, что улучшило качество обслуживания и повысило удовлетворенность клиентов.

3. Постоянное совершенствование процессов.

Компания применяет процессный подход к управлению качеством, определяя ключевые показатели эффективности для каждого этапа обслуживания, от бронирования до постобслуживания. Инновации, такие как автоматизация регистрации и выселения, сократили время ожидания и позволили персоналу сосредоточиться на клиентах. В ответ на локальные предпочтения, в азиатских отелях предложили выбор подушек с различным наполнением, что повысило удовлетворенность гостей [4].

Программа «Spirit to serve» продемонстрировала эффективность влияния интеграции системы менеджмента качества на процесс обслуживания, результатом которой стало приобретение организацией таких конкурентных преимуществ, как повышение отзывов и рейтингов на платформах бронирования, круглосуточная служба поддержки гостей, повышение вовлеченности персонала, адаптация услуг под локальные рынки, усиление бренда как символа качества и сервиса и другие, а также получение лидерства на рынке гостиничных услуг.

На основании вышеизложенного контроль качества играет важную роль в повышении конкурентоспособности гостиничных компаний. В условиях жесткой конкуренции внедрение системного подхода к обеспечению качества, такого как система менеджмента качества, позволяет организации не только соответствовать ожиданиям клиентов, но и превосходить ожидания клиентов, укрепляя лояльность и доверие. Программа Marriott International “Spirit to Serve” демонстрирует, как структурированное управление качеством способствует улучшению операционных процессов, повышению удовлетворенности клиентов и укреплению их позиций на рынке. Это подтверждает, что менеджмент качества не только обеспечивает краткосрочное

улучшение, но и закладывает основу для долгосрочного устойчивого развития и лидерства на рынке.

Список литературы

1. Перепелицын К. Н. Факторы конкурентоспособности гостиничного предприятия [Электронный ресурс] // Студенческий научный форум – 2017 – URL: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017039947>
2. Международный стандарт ИСО 9000:2015 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь»: ГОСТ Р ИСО 9001-2015. – введен 23.09.2015. Технический комитет 176 (ТК 176) Международной организации по стандартизации – 2015. – 33 с.
3. Е. М. Белый. Управление качеством: конспект лекций / Е. М. Белый, И. Б. Романова – Ульяновск, УлГУ, 2017 – 86 с.
4. Marriott J. W. The spirit to serve. Marriott's way / Marriott J. W. – New York; Harper-Business, 1997. – XIX, 216 p.

**Yurkevich Maxim Vladimirovich, Gritsuk Yana Alexandrovna,
Vasilchenko Anastasia Olegovna,**
students, Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department of Marketing
and International Management
Polesky State University
Pinsk, Belarus

THE ROLE OF QUALITY MANAGEMENT IN IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF HOSPITALITY ENTERPRISES

Abstract. The hospitality industry is highly competitive, which necessitates effective product quality management to strengthen the organizations' positions in the market. The aim of the work is to analyze the role of quality management systems in increasing the competitiveness of enterprises in this sphere. The key management principles, including customer focus and continuous improvement, as well as their implementation using the example of Marriott International's "Spirit to serve" program are considered. The results confirm the importance of product quality management for meeting customer needs, optimizing processes and ensuring sustainable growth. The study has practical value for developing strategies to improve competitiveness.

References

1. Perepelicyn K. N. Faktory konkurentosposobnosti gostinichnogo predpriyatiya [Factors of competitiveness of a hotel enterprise] // Studencheskij nauchnyj forum – 2017. – URL: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017039947> (accessed 23.11.2024).
2. Mezhdunarodnyj standart ISO 9000:2015 "Sistemy menedzhmenta kachestva. Osnovnye polozheniya i slovar" [International standard ISO 9000:2015 "Quality management systems. Fundamentals and vocabulary"]: GOST R ISO 9001-2015. – vveden 23.09.2015 g. – Tekhnicheskij komitet 176 (TK 176) Mezhdunarodnoj organizacii po standartizacii – 2015. – 33 s.
3. Belyj E. M. Upravlenie kachestvom: konspekt lekcij [Quality Management: Lecture Notes] / E. M. Belyj, I. B. Romanova – Ul'yanovsk, UIGU, 2017 – 86 p.
4. Marriott J. W. The spirit to serve. Marriott's way/ Marriott J. W. – New York; Harper-Business, 1997. – XIX, 216 p.