

Кузнецов М. Д.
Научный руководитель: д.т.н., профессор Шулятьева Л.И.
*Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный
университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264 г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, д. 23
Mishannaverno@mail.ru*

Оценка туристского потенциала региона и направления его повышения (на примере владимирской области и округа муром)

Современная модель развития внутреннего туризма в Российской Федерации характеризуется усилением межрегиональной конкуренции и смещением фокуса с точечных объектов показа на комплексное использование туристско-рекреационного потенциала территорий. Особую актуальность приобретает проблема не только инвентаризации ресурсов, но и оценки эффективности их использования, что напрямую связано с реализацией национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» [1]. Владимирская область, обладая уникальным историко-культурным наследием (памятники Белокаменного зодчества, включённые в список ЮНЕСКО), тем не менее демонстрирует разнонаправленную динамику ключевых показателей, что требует детального анализа.

Целью данного исследования является апробация методического подхода к комплексной оценке туристского потенциала региона и разработка рекомендаций по повышению эффективности его использования на примере Владимирской области, в том числе округа Муром. Актуальность работы обусловлена необходимостью выявления причин отставания инфраструктурного развития при растущем туристском потоке, что характерно для многих исторических городов России.

Организация эффективного туристского использования территорий должна опираться на количественную оценку ресурсов и анализ динамики показателей. Согласно данным ЕМИСС, за период 2022–2024 гг. Владимирская область демонстрирует устойчивый рост численности размещённых лиц в коллективных средствах размещения (КСР): с 672,1 тыс. до 811,5 тыс. человек, что составляет прирост 20,7% [2]. Однако количество самих КСР за тот же период увеличилось лишь с 261 до 266 единиц (прирост 1,9%), что существенно ниже среднеокружного показателя по ЦФО (+24,3%) и динамики соседних регионов, например Московской области (+27,2%) [2]. Это свидетельствует о ключевой проблеме: туристский поток растёт быстрее, чем расширяется инфраструктура размещения.

Методика оценки туристского потенциала в данном исследовании базируется на комплексном подходе, сочетающем статистический анализ, балльные методы и метод сравнения с регионами-аналогами (Ярославская, Костромская, Московская области). Согласно подходам, разработанным В.С. Преображенским и коллективом авторов (Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В.), оценка включает несколько блоков: природные условия и ресурсы, культурно-исторические ресурсы, обеспеченность туристской инфраструктуры, а также лимитирующие факторы [3]. Для расчёта относительных показателей использовался коэффициент $K_i = X_i / Y$, где X_i — абсолютный показатель, Y — численность постоянного населения, что позволяет нивелировать разницу в масштабах регионов.

Анализ показывает, что при сохранении высокой аттрактивности культурно-исторических ресурсов (памятники архитектуры, музеи, событийные мероприятия в Муроме и Суздале), эффективность использования существующего номерного фонда повышается: число размещённых лиц на одно средство размещения выросло с 2,57 тыс. до 3,05 тыс. человек. Однако этот показатель остаётся ниже среднеокружного (4,14 тыс.) и значительно уступает Ярославской области (4,48 тыс.) [2]. Доля Владимирской области в общем числе КСР ЦФО сократилась с 4,98% в 2022 году до 4,09% в 2024 году. Это указывает на дисбаланс: регион «перегружает» существующую инфраструктуру без её качественного расширения, что ведёт к росту цен и снижению комфорта в пиковые сезоны.

Округ Муром, обладая самостоятельным туристским брендом («Родина Ильи Муромца»), испытывает схожие проблемы. При высокой доле событийного туризма (фестивали, праздники) наблюдается сезонность загрузки и недостаток средств размещения туристского класса. Согласно методике Ю.А. Худеньких, балльная оценка природного и историко-культурного компонентов для Муромца является высокой (уникальность объектов, федеральный статус), но социально-экономический компонент (транспортная доступность, инфраструктура питания и размещения) оценивается как средний, что снижает интегральный показатель потенциала [4].

Таким образом, проведённый анализ позволил выявить следующие проблемные зоны: 1) низкие темпы ввода новых коллективных средств размещения при растущем турпоточе; 2) сокращение доли региона в общем числе объектов размещения ЦФО; 3) дисбаланс между attractiveness наследия и качеством туристской инфраструктуры, особенно в малых исторических городах (Муром, Гороховец).

Для повышения эффективности использования туристского потенциала Владимирской области и округа Муром предлагается комплекс мер, основанный на лучших практиках Тульской и Ярославской областей.

Развитие инфраструктуры размещения через механизмы государственно-частного партнёрства и субсидирование строительства модульных отелей круглогодичного действия (вне сезонности паломнического и событийного туризма). Создание единого информационно-сервисного портала с интеграцией системы бронирования, мультимедийных гидов по Мурому и окрестностям, а также интерактивных карт объектов показа. Формирование межрегиональных маршрутов по типу «Муром – Суздаль – Владимир» с единым билетным пространством и кэшбэком для организованных групп. Внедрение системы мониторинга туристской загрузки и удовлетворённости с использованием методов экспертных оценок и анализа отзывов в цифровых платформах.

Дальнейшее развитие направления предполагает разработку кадастра туристских ресурсов Муромского округа с детальной балльной оценкой каждого объекта и создание геоинформационной системы (ГИС) для моделирования оптимальных туристских маршрутов. Реализация предложенных мер позволит не только увеличить турпоток, но и повысить вклад туризма в экономику региона, обеспечив переход от экстенсивного использования потенциала к интенсивному, что соответствует стратегическим задачам национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Таким образом, комплексная оценка и целенаправленное устранение инфраструктурных диспропорций являются ключевым инструментом повышения эффективности использования туристского потенциала территорий.

Литература

1. Паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» (ред. 2024 г.).
2. Данные ЕМИСС. Показатели коллективных средств размещения по Владимирской области и ЦФО за 2022–2024 гг. // Официальный сайт Государственной информационно-статистической системы. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru> (дата обращения: 06.04.2026).
3. Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В. Методический инструментарий оценки туристско-рекреационного потенциала региона // Экономика региона. – 2020. – Т. 16, вып. 1. – С. 127-140.
4. Худеньких Ю.А. Подходы к оценке туристского потенциала территории на примере районов Пермского края // География и туризм: сб. науч. тр. – Пермь: ПГУ, 2006. – С. 217-230.

Скорodelова Д. Д.

Научный руководитель: д.т.н., профессор кафедры ЭТиМК Шулятьева Л.И.
Муромский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264 г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, д. 23
dasha020604@mail.ru

Разработка инновационных форм экскурсионного обслуживания в индустрии туризма

Туризм за последние десять лет претерпел кардинальные изменения. Он находится на стыке социальных, экономических и технологических аспектов, из-за чего есть необходимость в быстрых изменениях, чтобы оставаться способным отвечать на запросы общества. У современных людей меняются принципы и ценность, из-за чего видоизменяется и туристический продукт. Инновации в туризме являются одним из тех факторов, которые диктуют новые требования, стандарты и направления, влияют на обслуживания и даже на инфраструктуру. Современные технологии помогают в создании нового продукта, который будет соответствовать новым трендам и целям потребителей.

Можно заметить, что все чаще люди выбирают спокойный отдых, преимущественно в компании с самим собой или с семьей. Для такого вида отдыха классические групповые туры не подходят, а создание индивидуального туристского продукта через туристические фирмы существенно выше в цене. Российский туристический рынок переживает значительные изменения в предпочтениях путешественников. Самостоятельный туризм уверенно занимает лидирующие позиции, вытесняя традиционные организованные туры.

Масштабный анализ показывает, что 84% россиян предпочитают самостоятельно организовывать свой отдых. При этом большинство путешественников (63%) активно используют онлайн-сервисы для бронирования, а 21% взаимодействует напрямую с авиакомпаниями и гостиницами. Лишь 11% граждан обращаются к услугам туроператоров, а 3% выбирают авторские туры.

Детальное исследование туристического поведения демонстрирует, что 48% путешественников полностью контролируют процесс организации отдыха. Среди них 39% осуществляют все бронирования самостоятельно, а 9% комбинируют самостоятельные поездки с покупными турами.

Динамика изменений за последние пять лет демонстрирует впечатляющий рост популярности самостоятельного туризма. Если в 2019 году доля таких путешественников составляла 37%, то сейчас она увеличилась на 11 процентных пунктов. При этом количество приверженцев организованных туров сократилось на 5%.

Таким образом, можно заметить пробел в этой нише туристских продуктов. Интерактивный путеводитель – это продукт, который способен ее (нишу) заполнить.

Суть путеводителя такого вида заключается в том, что с его помощью турист может не просто ознакомиться с городом без помощи экскурсоводов и гидов, но и двигаться в комфортном темпе, самостоятельно выбирать маршрут и продолжительность своего путешествия. Кроме того, благодаря мобильным приложениям он может прослушать нужную информацию или получить уже заранее построенный рекомендуемый маршрут на карте, который, при необходимости, можно редактировать, добавлять точки назначения или убирать их. По мере прохождения туристического маршрута, турист встретит главные достопримечательности города, информацию о котором он сможет прочитать в путеводителе или прослушать, отсканировав QR-код. В путеводителе также будут представлены исторические фотографии улиц, зданий или других мест, которые претерпели изменения или совсем стали неузнаваемы. За счет грамотно выстроенного маршрута и подбора фотографий человек сможет насладиться не только современным городом, но и увидеть его прошлые состояния.

Стоит отметить, что путеводитель может быть не просто полезным инструментом для знакомства с городом, но и стать, своего рода, сувениром. На каждом развороте будет выделено место для наклейки, которую можно получить, показав фотографию места или памятника с разворота в любом месте, связанным с туризмом, например в музее, ТИЦ или сувенирной лавке. Позже, турист может самостоятельно дополнить свой путеводитель своими фотографиями, которые он вставляются в разворот. После прохождения всего маршрута, путешественник сможет получить подарок, показав все собранные наклейки в месте, где он приобрел путеводитель.

Целью этой разработки является создание «помощника» для тех, кто не хочет или не может путешествовать в группе. Доступная цена путеводителя поможет сделать путешествия более доступными, а возможность получить экскурсионную программу в любое время без необходимости бронирования даст возможность самостоятельно выбирать время и продолжительность этой экскурсии.

Семейные пары, студенты, пенсионеры или люди с ограниченными возможностями – целевая аудитория интерактивного путеводителя. Это связано с тем, что в виду различных обстоятельств, турист не всегда может посетить полноценную, например, обзорную экскурсию, но имея возможность подстроить экскурсию под себя или прервать ее в нужный момент он сможет познакомиться с городом.

Для создания интерактивного путеводителя необходим грамотный подбор наиболее удобного и полноценного маршрута с учетом достопримечательностей, необходимой инфраструктуры и других факторов. Не менее важно включать в путеводитель краткую, но полноценную информацию о достопримечательностях, это нужно для того, чтобы турист мог действительно узнать новую информацию о месте, где он побывал, а не просто ознакомиться с названием и годом создания.

Одна из задач интерактивного путеводителя – комфортное, безопасное, а главное, увлекательно путешествие, которое сможет подарить положительные эмоции. Еще одной задачей этого туристского продукта – расширить потребительский круг за счет доступной стоимости и нового формата. Не менее важной задачей является расширение знаний туристов за счет познавательной ценности продукта.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что интерактивный путеводитель — это новый формат индивидуальной экскурсионной программы, который придется по вкусу большому кругу потребителей, поскольку такой вид отдыха кажется знакомым, но благодаря модификациям закрывает больше потребностей, чем деятельность экскурсоводов или обычный путеводитель. Приобрести такой путеводитель можно будет сразу в городе, который решил посетить турист в музее или в туристском информационном центре, а в будущем и через Интернет.

Литература

- 1.МОСКВА24 - Самостоятельно или через турфирму? Как выгоднее организовывать путешествие [Электронный ресурс] <https://www.m24.ru/articles/turizm/06082025/819453> (дата обращения 19.10.2025)
- 2.ЯндексПутешествия - В России растёт тренд на самостоятельные путешествия [Электронный ресурс] - <https://travel.yandex.ru/pro/trend-na-samostoyatelnye-puteshestviya-rastyot-v-rossii/> (дата обращения 19.10.2025)