



Туризм и инновационное развитие: Проект ФГОУВПО «РГУТиС» «Живая карта России»

Джанджугазова Е.А.

Проблема инноваций в туризме сегодня чрезвычайно актуальна. Инновации приносят на туристские рынки новые идеи через новые продукты и услуги. Во всем мире инновации составляют основу конкурентоспособности фирм, отраслей и стран. Они позволяют выигрывать состязания за отраслевые рынки путем освоения новых, более привлекательных для потребителей продуктов.

Принято разделять инновации на пять основных типов [5]:

- Продуктовые инновации
- Технологические инновации
- Технические инновации
- Управленческие инновации
- Организационные инновации

Инновации не только дают возможность поднять уровень конкурентоспособности, но и подразумевают приспособление сферы туризма к постоянно изменяющимся факторам внешней среды путем применения новых маркетинговых стратегий, которые в свою очередь будут активизировать появление инновационных продуктов, услуг, технологий и процессов. В этой связи рекомендуется рассматривать инновации в туризме как перманентный, глобальный и динамический процесс, оказывающий влияние на ускоренное экономическое развитие регионов РФ. Все территории РФ могут быть объединены в единое туристское информационное пространство на основе создания крупных региональных проектов, к которым можно отнести проект «Живая карта России».

Главной идеей проекта является сочетание возможностей современных информационных

технологий с систематизированной информацией о туристской территории. Проект «Живая карта России» задумывается как Интернет-портал, аккумулирующий обширную информацию о туристских территориях РФ. Основываться он будет на интерактивной карте России, позволяющей находить информацию о достопримечательностях, объектах туристской инфраструктуры, памятных местах, туристских маршрутах и многом другом, что может заинтересовать путешественника по регионам РФ. Этот проект первоначально получил образное название «Живая карта России», так как способен передавать пользователю все многообразие информации в живом интерактивном режиме. В настоящее время интерактивные туристские карты создаются во многих регионах России и странах СНГ. Значительный опыт накоплен и зарубежными странами, в частности, Францией, Финляндией, Италией, Испанией и др. Вместе с тем каждая туристская дестинация, создавая свой интерактивный ресурс, использует собственные методические и технологические подходы к демонстрации туристских возможностей территории в глобальной сети.

Для реализации проекта предлагается сформировать особую методику изучения российских туристских территорий, опираясь на категорию «туристское пространство», которое можно рассматривать с разных точек зрения: географической, экономической, культурной, исторической, этнической и пр.

Туристское пространство (tourism space) — это особый вид пространства, существующего как логическая форма (структура), состоящая из элементов или конструкций разной природы,

объединенных единой целью — удовлетворение потребностей людей в проведении досуга, отдыха и рекреации.

Туристское пространство составляют разнообразные элементы: достопримечательности, туристская инфраструктура, туристские маршруты, продукты, услуги и многое др. Все эти элементы имеют разную природу, функциональные и иные особенности, но вместе с тем совокупно они формируют туристское пространство каждой территории (континента, страны, региона, города и пр.). Однако возникает необходимость разработать специальные дидактические подходы, позволяющие выделить основные типы туристского пространства, в рамках которых будет систематизироваться информация о различных туристских объектах изучаемой территории с учетом общности их природы, выполняемых функций и иных особенностей. Выделение обособленных типов туристского пространства позволит посмотреть на территорию с разных точек зрения и в том числе более четко обозначить ее туристскую специализацию.

Инновационный проект по формированию информационного ресурса — туристской интерактивной карты России «Живая карта» выступает новым способом изучения туристского пространства страны и способствует созданию методики, позволяющей дать комплексную характеристику туристскому потенциалу российских регионов.

Цели проекта:

Патриотическая (воспитательная): Воспитание чувства гордости за свою страну.

Образовательная: Овладение методикой изучения различных типов туристского пространства.

Маркетинговая (коммерческая): Выработка умений и навыков формировать привлекательный образ и имидж России и ее регионов для повышения туристской привлекательности страны на внутреннем и внешнем рынке туризма и путешествий.

Практическая: Создание информационного ресурса (портала), дающего возможность постоянно изучать, конкретизировать, пополнять

и систематизировать сведения о туристских ресурсах российских регионов с учетом выделения ключевых типов туристского пространства.

Консолидирующая: Формирование системы, объединяющей предлагаемый информационный портал и родственные информационные ресурсы (персональные сайты, сайты общественных организаций и объединений в области индивидуального и группового самостоятельного туризма и др.).

Задачи:

- Разработка рациональных подходов к туристскому районированию. Создание опорных пунктов сбора информации в регионах.
- Сбор теоретических и практических материалов о территориях.
- Разработка методических подходов к выделению типов туристского пространства и выделение ключевых признаков для различных типов туристского пространства.
- Определение основных объектов показа и их описание.
- Формирование основ обработки, систематизации и унификации полученной информации с целью размещения ее на информационном портале.
- Создание эффективной системы «обратной связи».
- Разработка и внедрение системы размещения информации на информационном портале, включающем совокупность кросс-ссылок на родственные и дружественные ресурсы.

Методика изучения и комплексной характеристики туристской территории с целью создания информационного ресурса — туристской интерактивной карты России «Живая карта»

Первый этап

Выделение территориальных объектов с использованием административной карты РФ позволяет сгруппировать территориальные объекты и закрепить за отдельными исследователями.

Второй этап

Выделение ключевых признаков различ-

ных типов туристского пространства и определение перечня объектов в системе определенно-го типа туристского пространства:

Естественное (природное) туристское пространство сохранено практически в первозданном виде и привлекает туристов богатыми природными туристскими ресурсами, дающими возможность заниматься активными видами туризма, контактировать с нетронутой природой и малоизмененными природными ландшафтами.

Такой тип пространства составляют особо охраняемые природные территории (ООПТ):

- государственные природные заповедники, в том числе биосферные;
- национальные парки;
- природные парки;
- природные заказники;
- памятники природы;
- дендрологические парки и ботанические сады и пр.

Культурно-историческое туристское пространство насыщено различными историко-культурными объектами: памятники истории, культуры, архитектуры, дворянские усадьбы, дачи, выставочные центры, парки (тематические, аквапарки, зоопарки и пр.), музеи, галереи, выставочные залы, театры, кинотеатры, остатки материальной культуры прошлых эпох, сакральные объекты (церкви, храмы, монастыри, старинные кладбища, часовни, могилы известных людей и пр.).

Рекреационное туристское пространство способствует восстановлению духовных и физических сил людей. Включает курорты и лечебно-оздоровительные местности, а также расположенные на них объекты лечебного туризма: санатории, пансионаты, лечебницы, ванны корпуса, бюветы, курортные галереи, терренкуры, стадионы, спортивные комплексы, спортивные площадки, бассейны и пр. спортивные сооружения и объекты.

Сервисное туристское пространство способствует удовлетворению потребностей туристов и местного населения в услугах (размещения, питания, транспорта, бытовых, и пр.). Включает предприятия: гостиницы, пансионаты, отели,

мотели, рестораны, кафе, закусочные, столовые, предприятия автосервиса, предприятия сферы бытовых услуг, предприятия торговли и пр.

Антропологическое (этническое) туристское пространство дает возможность туристам изучать национальную культуру, фольклор, эпос, гастрономию, а также заниматься ремеслами, декоративно-прикладным искусством и пр. Включает: этнокультурные центры, этнические деревни, этнические парки, центры и мастерские ремесел, народные художественные промыслы, и пр.

Событийное туристское пространство — особый тип туристского пространства, предлагающий комплексный туристский продукт, основанный на событийном календаре территории. Включает: выставки, фестивали, ярмарки, форумы, слеты, спартакиады, конкурсы, юбилеи, театральные сезоны, и др. события.

Мифологическое туристское пространство — особый тип туристского пространства, основанный на искусственно созданных туристских аттракциях на основе мифологизации территории. Основой для формирования мифологического пространства являются: легенды, эпос, народные предания, художественный вымысел, устное народное творчество, рассказы очевидцев о мистических событиях и места (благоприятные и «гиблые места»).

Третий этап

Составление «ядра признаков», характеризующих выделенные объекты в рамках отдельных типов туристского пространства, и разработка формуляров для характеристики (описания) объекта. (Приложение 1).

Четвертый этап

Формирование системы обработки, систематизации и унификации полученной информации с целью размещения ее на информационном портале.

Пятый этап

Создание эффективной системы «обратной связи» на информационном портале, который будет выполнять роль хранилища и актива информации о туристских территориях РФ в разрезе выделенных типов туристского пространства.

Литература

1. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий. М.: Академия, 2008.
2. Джанджугазова Е.А. «Москва Булгаковская»: мистическая топография города // Современные проблемы сервиса и туризма. 2009. №1.
3. Джанджугазова Е.А. Мифология места. Московское метро: путешествие во времени и пространстве // Современные проблемы сервиса и туризма. 2009. №1.
4. Сергеев В., Алексеенко Е. МГИМО (У) МИД РФ. Типология моделей инновационного развития // www.lavinrussia.ru/ 13/07/2009/. Дата обращения: 13.07.2009.
5. Hjalager A.-M. Innovation patterns in sustainable tourism // *Tourism Management*. 1997. Vol.18. №1. P.36.

Приложение 1.

ТИПЫ ТУРИСТСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Природное туристское пространство ОБЩАЯ СХЕМА ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЪЕКТА

1. Общие сведения

- 1.1. Статус ООПТ (Особо охраняемые природные территории могут иметь федеральное, региональное или местное значение), ее полное название, юридический и физический адрес, адрес веб-сайта, номера телефонов, факс, адреса электронной почты.
- 1.2. Цели, задачи и основные направления деятельности
- 1.3. Краткая историческая справка об ООПТ
- 1.4. Перечень и краткое описание основных объектов посещения ООПТ
- 1.5. Краткая справка о природно-климатических условиях парка с рекомендациями по лучшему времени его посещения
- 1.6. Наличие профессиональных гидов-проводников и обученного обслуживающего персонала (в том числе владеющего иностранными языками)

2. Транспортная доступность

- 2.1. Расстояние до ближайших аэропортов, морских и речных портов, железнодорожных станций, автовокзалов.
- 2.2. Расположение автодорог и их качество. Ориентировочная стоимость транспортных услуг.
- 2.6. Ограничения в использовании отдельных видов транспорта на территории парка.

3. Средства размещения

- 3.1. Стационарные объекты: наименование, статус, форма собственности и данные

о владельцах, уровень комфортабельности, стоимость услуг, оптимальная величина группы, сроки бронирования, наличие дополнительных услуг (баня, сауна).

- 3.2. Расположение основных стоянок, пригодных для палаточных лагерей. Размещение промежуточных стоянок (привалов).

4. Питание

- 4.4. Имеющиеся возможности для организации питания. Санитарные условия приготовления пищи.
- 4.5. Возможность приобретения продуктов в розницу

5. Туристская, просветительская деятельность и досуг

- 5.1. Действующие маршруты, их краткое описание.
- 5.2. Программы экологического просвещения.
- 5.3. Сведения о дендропарках, вольерах, зоопарках, музеях, визит-центрах.
- 5.4. Возможности для рыбалки, охоты, фотоохоты, наличие смотровых площадок и условия пользования ими, наличие оборудованных спортивных площадок; возможности проката инвентаря, катеров, снегоходов и т. п., возможности экзотических развлечений (катание на лошадях, верблюдах и т. п.).

6. Дополнительная информация

- 6.1. Правила безопасного пребывания на территории парка (наличие крупных диких животных, ядовитых змей, необходимость специальных прививок и т. д.), наличие и расположение пунктов скорой и неот-

ложной медицинской помощи и средств экстренной связи.	2. Статус объекта.
6.2. Наличие доступа к Интернету и электронной почте. Возможность изучения научно-исследовательских материалов.	3. Адрес электронного ресурса (официальный сайт)
6.3. Список ежегодных мероприятий местного, регионального и международного уровня (фольклорные и прочие фестивали, ярмарки изделий народных промыслов, конкурсы и т. д.) и сроки их проведения.	4. Местонахождение объекта (фактический полный адрес: район, населенный пункт, улица).
7. Приложение фото-, аудио-, видеоматериалы по ООПТ	5. Цели, задачи и основные направления деятельности, коллекции.
	6. Исторические события, связанные с объектом (даты постройки, основания).
	7. Описание объекта (краткая характеристика).
	8. Состояние объекта и степень сохранности, (кем и как охраняется).
	9. Фото или видео.
	10. Картосхема территории с указанием объекта изучения.
Культурно-историческое туристское пространство ОБЩАЯ СХЕМА ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЪЕКТА (памятник истории, культуры, архитектуры)	
1. Полное наименование объекта (если объект переименовывался, например, улица, то первоначальное название). Статус объекта.	Рекреационное туристское пространство ОБЩАЯ СХЕМА ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЪЕКТА
2. Исторические события, связанные с объектом (даты постройки, основания).	
3. Местонахождение объекта (фактический полный адрес: район, населенный пункт, улица).	
4. Описание объекта (краткая характеристика внешних черт, автор, дата сооружения, материал изготовления, размеры, тексты надписей на памятнике).	
5. Источники сведений об объекте и событиях, с ним связанных (библиографическое описание литературных и архивных материалов).	
6. Отличительные признаки объекта, степень уникальности.	
7. Состояние объекта и степень сохранности.	
8. Охрана памятника (кем и как охраняется).	
9. Фото или видео.	
10. Картосхема территории с указанием объекта изучения.	
ОБЩАЯ СХЕМА ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЪЕКТА (учреждения культуры: театры, музеи, парки, кинотеатры)	
1. Наименование (музей, галерея, театр и пр.)	Сервисное туристское пространство ОБЩАЯ СХЕМА ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЪЕКТА <i>Вариант 1 (краткий)</i>
	1. Полное наименование предприятия, год

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> основания, награды, достижения. 2. Организационно-правовая форма. Вид деятельности, профиль, специализация. 3. Реквизиты предприятия (адрес, № тел., факса, сайт). 4. Местонахождение объекта (фактический полный адрес: район, населенный пункт, улица). 5. Номерной фонд (количество посадочных мест, для предприятий питания) 6. График работы. | <ul style="list-style-type: none"> 7. Описание объекта (краткая характеристика: общая площадь, характеристика здания, количество корпусов, емкость, обустроенность территории и пр.). 8. Краткая характеристика основных и дополнительных услуг (комплектация стандартного номера). 9. Фото или видео. 10. Картосхема территории с указанием объекта изучения. |
|---|--|

Вариант 2 (полный)

ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЕКТА

№ п/п	Сектор	Параметры, показатели, характеризующие предприятие
1.	Предприятие питания (ресторан, кафе)	Полное наименование предприятия, год основания, организационно-правовая форма (ООО, ОАО и т.д.), реквизиты предприятия (адрес, № тел., факса, электронный адрес сайта), специализация по меню или группе потребителей, ассортимент блюд и напитков, наличие дисконтных программ или программ лояльности, количество залов и посадочных мест, интерьер, музыкальное сопровождение, наличие паркинга, средняя цена чека, наличие и качество рекламно-информационных материалов, качество униформы персонала, наличие эксклюзивных и фирменных блюд. Фотосессия (видео)
2.	Сектор средств размещения (гостиница)	Полное наименование предприятия, год основания и история. Реквизиты предприятия (адрес, № тел., факса, сайт). Описание номерного фонда, бары и рестораны, наличие и качество дополнительных услуг, оказываемых гостиницей. Интерьеры, оформление холла и лобби, специализация, контингент гостей, паркинг, наличие и качество рекламно-информационных материалов, качество униформы персонала, цена на стандартный номер в сутки. Фотосессия (видео)
3.	Предприятие торговли (крупный магазин, торговый центр)	Полное наименование предприятия, год основания, организационно-правовая форма (ООО, ОАО и т.д.), реквизиты предприятия (адрес, № тел., факса, электронный адрес сайта), торговая специализация, ассортимент, дисконтные программы или программы лояльности, интерьер, витрины, выкладка, мерчендайзинг, методы продажи товаров (самообслуживание, обслуживание через прилавок, продажа по образцам и пр.), качество рекламно-информационных материалов, уровень цен (ценовой сегмент), дополнительное обслуживание, наличие промо-акций компаний (указать каких), паркинг. Фотосессия (видео)

Антропологическое (этническое) туристское пространство ОБЩАЯ СХЕМА ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЪЕКТА

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. Наименование. 2. Статус объекта. 3. Адрес электронного ресурса (официальный сайт). 4. Местонахождение объекта (фактический полный адрес: район, населенный пункт, улица). | <ul style="list-style-type: none"> 5. Цели, задачи и основные направления деятельности, коллекции, экспозиции, ценные экспонаты. 6. Исторические события, связанные с объектом (даты постройки, основания). 7. Описание объекта (краткая характеристика). 8. Отличительные признаки объекта, степень уникальности. 9. Фото или видео. 10. Картосхема территории с указанием объекта изучения. |
|---|---|

Событийное туристское пространство ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОБЫТИЯ

1. Общие сведения о событии: наименование, время и место проведения, краткая историческая справка, учредители, организаторы, цели и задачи.
2. Тематика мероприятия/события (общая и по дням проведения).
3. Программа и график работы.
4. Место проведения (фактический полный адрес: район, населенный пункт, улица).
5. Адрес электронного ресурса (официальный сайт).
6. Описание события (краткая характеристика).
7. Отличительные признаки, степень уникальности.
8. Фото или видео.

Мифологическое туристское пространство ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБЪЕКТА

1. Наименование.
2. Месторасположение (фактический полный адрес: район, населенный пункт, улица).
3. Описание (краткая характеристика)
4. Базовая легенда/миф.
5. Отличительные признаки, степень уникальности.
6. Фото или видео.
7. Картограмма территории с указанием объекта изучения.