

## **«ЛИНИЯ ТУРИСТИЧЕСКАЯ» КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА ГОРОДА ЧЕЛЯБИНСКА**

Ю.В. Гриценко

ОУ ВО «Южно-Уральский институт управления и экономики» 3 курс

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры «Строительства, архитектуры и дизайн» ОУ ВО «ЮУИУиЭ» Е.Ю. Радионова

Туризм вошел в XXI век как самый стабильно развивающийся сектор экономики, серьезно влияющий на социально-экономическое развитие многих стран мира. США, Испания, Турция и Франция уже давно стали лидерами по числу путешествующих в эти страны. Говоря о положении России на международном рынке туризма, следует отметить, что потенциал страны реализуется далеко не полностью, туристическая жизнь эволюционирует медленными темпами, приводя к относительно малому потоку туристов. Для 38% государств туризм – главный источник дохода, а для 83% стран туризм является одним из пяти основных источников дохода. Говоря о положении России на международном рынке туризма, следует отметить, что потенциал страны реализуется далеко не полностью<sup>1</sup>.

Туризм как отрасль хозяйствования может быть производительным и очень прибыльным, удовлетворяя, с одной стороны, потребности клиента, с другой – повышая привлекательность региона и принося прибыль в его бюджет. Однако до настоящего времени туристская отрасль в Российской Федерации является одной из самых слаборазвитых: имея огромный туристский потенциал, Россия использует его не более чем на 20%<sup>2</sup>.

Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые секторы экономики, как транспорт, услуги гостиниц и ресторанов, торговля, культура, строительство, производство товаров народного потребления и многие другие, выступая катализатором социально-экономического развития.

В соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 февраля 2016 г. N 326-р «Об утверждении Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года», посланиях Президента Российской Федерации Федеральному Собранию в качестве приоритетов государственной политики в сфере культуры выделяется формирование гармонично развитой личности и укрепление единства российского общества посредством культурного и гуманитарного развития, признание значимости сфер культуры и туризма для социально-экономического развития, их возможность обеспечить лидирующее положение нашей страны в мире. В связи с этим особую актуальность приобретает оказание поддержки сфере культуры и туризма на государственном и муниципальном уровнях.

В соответствии со Стратегией государственной культурной политики на период до 2030 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 февраля 2016 г. N 326-р, основной целью государственной программы является реализация на территории Челябинской области государственной политики в сфере культуры, искусства, туризма, кинообслуживания населения, художественного образования. Государственная программа предусматривает решение одной из важных задач – создание благоприятных условий для устойчивого развития сферы туризма в Челябинской области, путем повышения качества и доступности услуг в этой сфере, увеличение мероприятий, где обсуждают туризм и сохранением памятников культуры.

---

<sup>1</sup> Ахмадуллина Л.Р. Роль информационного обеспечения в развитии культурного туризма // Гуманитарные научные исследования. 2013. № 3 [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2013/03/2534> (дата обращения: 26.03.2019).

<sup>2</sup> Большикова Е.А., Чернякова М.А. Возможности и перспективы развития туризма в Челябинской области // Гуманитарные научные исследования. 2015. [Электронный ресурс]. URL: <https://docplayer.ru/47300659-Vozmozhnosti-i-perspektivy-razvitiya-turizma-v-chelyabinskoy-oblasti-opportunities-and-perspectivs-of-tourism-development-in-the-chelyabinsk-region.html> (дата обращения: 26.03.2019).

«Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)» предусматривает субсидирование наиболее конкурентоспособных туристско-рекреационных территорий. Одним из способов эффективного использования туристского потенциала территории, способного за сравнительно короткий период времени при относительно небольшом количестве затрат привлечь туристов в регион, является событийный туризм.

Также на государственном и муниципальных уровнях существует грантовые конкурсы, которые позволяют привлекать новых людей для реализации целей и задач, описанных в документах выше.

Поэтому целью работы является рассмотреть возможности создания пешеходного туристического маршрута в городе Челябинск и дать рекомендации по его графическому оформлению.

Для достижения поставленной цели, в работе ставятся и решаются следующие задачи:

- 1) исследовать основные виды туризма в РФ и Челябинске;
- 2) рассмотреть аналоги пешеходных экскурсий;
- 3) создать примерный фирменный стиль туристического пешеходного маршрута города Челябинск.

На данный момент существует 12 основных направлений туризма в РФ: экскурсионный, рекреационный, спортивный, лечебный, этнический, деловой, конгрессный, религиозный туризм или паломничество, событийный, экологический, приключенческий или экстремальный, автотуризм. Из них экскурсионный и событийный являются самими популярными.

Эксперты назвали Челябинск городом со значительным потенциалом в области событийного туризма. Такое мнение было высказано в рамках дискуссий на Российском инвестиционном форуме в Сочи. Событийный туризм по мнению экспертов рынка в настоящее время может стать драйвером для многих регионов РФ. «На событийный туризм, то есть, деловые мероприятия, а также ярмарки, фестивали, турниры, сейчас приходится порядка 30% турпотока в стране. Этот поток увеличивается и со временем будет становиться только больше», - заявила Дарья Островская, генеральный директор Выставочного научно-исследовательского центра R&C.

Центр информационных коммуникаций «Рейтинг» и журнал «Отдых в России» опубликовали итоги ежегодного исследования, посвященное туристическому потенциалу российских регионов. Челябинская область занимает в нем 15 место из 85. Рейтинг формируется на основе 10 критериев<sup>3</sup>. Выставочный научно-исследовательский центр R&C является разработчиком рейтинга событийного потенциала регионов, при его составлении обозначаются возможности и факторы, которые город способен предоставить для проведения на своей территории различных мероприятий.

Челябинск – обладает огромным культурным потенциалом. Мы имеем международный аэропорт, вечные мероприятия, наша область полна различными заповедниками и культурными и историческими достопримечательностями. По данным туристических компаний Челябинска обзорные экскурсии, по городу преимущественно являются автобусными и ограничены по времени. Продолжительность варьируются от 2 до 3 часов. Проанализировав маршруты, по которым предлагают обзорные экскурсии мы составили популярный маршрут: Городской бор (Лесопарковая), Площадь наук и памятник И.В. Курчатова, Центральная улица города, «Сфера любви», Театральная площадь, Парк «Алое поле», Площадь революции, Набережная реки Миасс, Площадь Трех вокзалов, Пешеходная Кировка.

---

<sup>3</sup> «Национальный туристический рейтинг-2018», Национальный рейтинг, [Электронный ресурс] URL: <http://russia-rating.ru/info/14699.html>

Изучив зарубежный и российский опыт внутреннего туризма городов, мы обнаружили интересный проект, которые реализуется в разных местах. Это все однотипные проекты с разной степенью реализации. Проекты посвящены самостоятельному пешеходному маршруту внутри города. В состав маршрута включены главные достопримечательности города. Их отличительная черта в том, что они обозначены какой-либо линией на асфальте. Идя по линии невозможно потеряться и, не требуются экскурсионная группа.

Одни из самых ярких примеров являются города Бостон (США) и «Тропа Свободы»<sup>4</sup>, Ганновер (Германия) и «Красная нить»<sup>5</sup>, Екатеринбург (Россия) и «Красная линия» (дополнительно к ним еще желтая и голубая)<sup>6</sup>, Пермь (Россия) и «Красная и зеленая линии»<sup>7</sup>. На эти города стоит опираться при разработке проекта в любом городе России, их плюсы видно в таблице 1.

Таблица 1. Авторская сравнительная таблица проектов туристических маршрутов городов России и других стран

Город	Количество о линий	Длина, км (основной линии)	Исторические объекты (основной линии)	Современные объекты (основной линии)	Есть ли информационные указатели/тумбы/стенды (основной линии)	Наличие интернет ресурса
Бостон	1	4	+	-	-	-
Ганновер	1	4,2	+	+	-	-
Екатеринбург	3	6,5	+	+	+	+
Пермь	2	10,184	+	+	+	+
Новосибирск	1	-	+	-	-	-
Калининград	1	12	+	+	+	-
Курган	1	4,5	+	-	+	+
Нижний Тагил	1	5,9	+	+	+	+
Курск	1	6,5	+	-	+	-
Соликамск	1	-	+	-	-	-

Для удачной реализации идеи, необходимо провести качественный маркетинговый анализ. Составить актуальный путеводитель по объектам, которые могли бы быть включены в маршрут. Разработать фирменный стиль, чтобы он привлекал и запомнился жителям, которые могли бы ориентировать гостей именно на него.

Фирменные цвета играют одну из самых важных ролей во всем дизайнерском проекте. Есть вероятность ошибки в неправильном сочетании цветов или не тот выбор. В данном случае выбор цвета пришелся на аквамаринный цвет (рисунок 1).



Рисунок 1. Пример логотипа бренда «Линии» в Челябинске

4 Freedom trail foundation, Freedom trail, [Электронный ресурс] URL: <https://www.thefreedomtrail.org/freedom-trail-foundation>

5 Der Rote Faden Hannover, Hannover, [Электронный ресурс] URL: <https://www.hannover.de/Tourismus/Sehensw%C3%BCrdigkeiten-Stadttouren/Stadttouren/Der-Rote-Faden-Hannover>

6 Красная линия Екатеринбурга, Ekbredline, [Электронный ресурс] URL: [http://www.ekbredline.ru/o\\_proekte](http://www.ekbredline.ru/o_proekte)

7 «Зелёная» и «Красная» линии, Lines.perm, [Электронный ресурс] URL: <http://lines.perm.ru/index.html>

Графическое оформление фирменного знака проекта должно быть простым и запоминающимся. Таким чтобы люди сразу могли ассоциировать ее с маршрутом и при встрече на улице линию или знак понимали к чему он относится.

В доступе у жителей должен быть путеводитель или буклет с картой, обозначенными точками объектов и описание объектов. Данные буклеты могут вкладываться всем гостям города в раздатку и автоматически отпадает потребность в гиде и наличие группы для экскурсии (рисунок 2).



Рисунок 2. Пример буклета-путеводителя бренда «Линии» в Челябинске

У каждого объекта необходимо поставить информационную стойку, где будет необходимая и важная информация для тех, кто двигается по маршруту или тех, кто только вступил на него. Также на асфальте необходимо провести линию фирменного стиля из краски, чтобы можно не пользоваться картами и навигатором во время самостоятельной экскурсии.

Также необходимо создать собственный сайт проекта и его адаптацию под любое устройство. Сайт будет онлайн путеводителем для тех, кто привык пользоваться онлайн продуктами. Там также может быть встроена дополнительная реальность для каждого объекта, аудиогид и интерактив для того, чтобы людям, кто идет по маршруту не в первый раз появлялся элемент игры.

В заключение хотелось бы сказать, что внутренний туризм – это та сфера, которую необходимо развивать и куда стоит вкладывать деньги. Развитие этой отрасли поможет привлечь большой поток туристов в город и сделать этот поток постоянным. На сегодня существует большое количество аналогов проекта «Линия туристической» на основе, которых стоит развить также проект в городе Челябинск. Проект принесет интерес жителей и гостей и может стать визитной карточкой города. Также «Линией» могу пользоваться гиды, чтобы проводить свои экскурсии, компании для создания интерактивных и игровых мероприятий, студенты и школьники, чтобы изучать историю города во время учебного процесса, она станет новой достопримечательностью города, которую можно продвигать на всех мероприятиях города.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2012. — 24 с.
2. Лакомов Е.Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2013. — 28 с.
3. Никитина С.С., Зинченко М.В. Событие как основа для проектирования туристического продукта // Материалы Международной научнопрактической конференции «Актуальные проблемы гуманитарных наук». — Томск, 5—6 апреля 2012 г. — С. 81—84.
4. Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010 / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m19/2\\_1.htm](http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm) (дата обращения: 01.02.2019).