

УДК 338.48

***ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ИСТОРИЧЕСКИХ ГОРОДОВ
РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ВЕЛИКИЙ УСТЮГ ВОЛОГОДСКОЙ
ОБЛАСТИ)***

Орлова В.С.

к.э.н., доцент,

Вологодский государственный университет,

Вологда, Россия

Аннотация: В статье определяется вектор развития туризма в малых исторических городах России. Предложен подход к формированию инновационных продуктов с учетом потребностей современных туристов и экскурсантов. На основе социологического исследования выявлена востребованность новых туристско-экскурсионных продуктов. Представлены рекомендации по развитию культурно-познавательного туризма, способствующего социально-экономическому развитию малых исторических городов. Исследование проведено на материалах города Великий Устюг Вологодской области.

Ключевые слова: туризм, инновации в туризме, социально-экономическое развитие, малый исторический город.

***TOURISM AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF SMALL HISTORICAL
CITIES OF RUSSIA (ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF VELIKY
USTYUG, VOLOGDA OBLAST)***

Orlova V. S.

Ph.D., Associate Professor,

Vologda State University,

Vologda, Russia

Summary: The article defines the vector of tourism development in small historical cities of Russia. An approach to the formation of innovative products is proposed, taking into account the needs of modern tourists and excursionists. Based on a sociological study, the demand for new tourist and excursion products was revealed. Recommendations on the development of cultural and educational tourism contributing to the socio-economic development of small historical cities are presented. The study was carried out on the materials of the city of Veliky Ustyug, Vologda Oblast.

Key words: tourism, innovations in tourism, socio-economic development, small historical city.

В настоящее время для малых исторических городов России туризм, обладая значимым мультипликативным эффектом, выступает стимулом социально-экономического развития. Туризм воздействует на целый ряд смежных с ним отраслей, включая торговлю, транспорт, связь, сельское хозяйство и другие.

В Вологодской области, как и во многих российских регионах, основным видом туристской деятельности выступает культурно-познавательный туризм, на долю которого приходится более 70% туристского потока [5]. Поэтому активизация культурно-познавательного туризма будет способствовать социально-экономическому развитию округов и районов Вологодской области.

В стратегии социально-экономического развития Великоустюгского муниципального округа Вологодской области обозначены задачи по созданию условий для развития культурно-познавательного туризма, совершенствованию экскурсионной деятельности и разработке новых туристских маршрутов [5]. В связи с этим возрастает значимость проектирования новых туристско-экскурсионных продуктов. Инновации в туристской деятельности, являясь системными преобразованиями, приводят к существенным позитивным сдвигам, обеспечивающим эффективное развитие туристской сферы [4].

Город Великий Устюг - один из древнейших городов не только на территории Вологодской области, но и на всём Русском Севере. В этом малом историческом городе с численностью порядка 29 тыс. человек сохранилось богатое культурное наследие. Город располагается в 450 км к северо-востоку от г. Вологды на левом берегу реки Сухоны против слияния её с рекой Юг, на судоходных линиях этих рек и Северной Двины. Великий Устюг, основанный в 1147 г., обладает значительным культурно-историческим потенциалом.

Туристская деятельность на территории г. Великого Устюга активно развивается. В настоящее время среди туристских проектов самым известным и развитым является проект «Великий Устюг - Родина Деда Мороза» [4]. Город Великий Устюг имеет официальный статус «Сказочная столица России» и свидетельство, подтверждающее статус города как участника туристского маршрута «Серебряное ожерелье России».

Ежегодно увеличивается туристский поток в город Великий Устюг. Так, в 2023 г. число туристов и экскурсантов составило 553,1 тыс. чел, что на 51% больше, чем в 2021 г. (рис. 1).

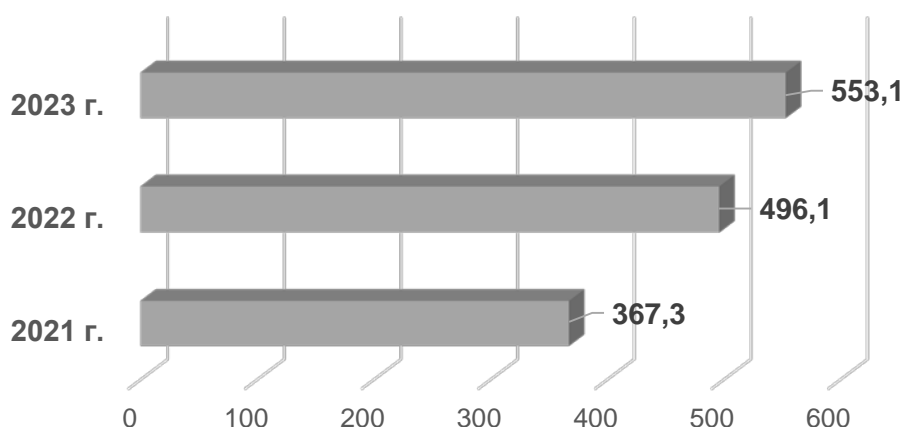


Рисунок 1 – Динамика туристского потока в город Великий Устюг, тыс. чел.

Источник: данные Администрации Великоустюгского муниципального округа Вологодской области [6]

Объекты туристского показа представлены вотчиной Деда Мороза, городской резиденцией, Почтой и Домом моды Деда Мороза, зоосадам Деда Мороза, демонстрационным залом ЗАО «Северная чернь», «Русской избой», а Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

также памятниками культуры, истории и архитектуры. В центральной части города сохранилась застройка XIX в. [1]. На древнейшей площади Великого Устюга, Соборном дворе, находится пятиглавый Успенский собор (1619-59 гг.) - символ города.

На основе результатов анализа определены конкурентные преимущества Великого Устюга как туристской территории:

- близкое расположение Вотчины Деда Мороза, притягивающей большой туристский поток;
- значительный культурно-исторический потенциал;
- достаточно развитая туристская инфраструктура, транспортная сеть;
- экологическая благоприятность территории.

Выявленные в ходе исследования характеристики города позволяют рассматривать его как территорию, являющуюся благоприятной для развития культурно-познавательного туризма. Однако туристский продукт Великого Устюга характеризуется сезонностью, так как число посетителей города значительно возрастает в осенне-зимний период.

В исторической части города преобладают традиционные обзорные и тематические экскурсии. Отмечается недостаток инновационных туристско-экскурсионных продуктов с использованием современных технологий, пользующихся популярностью у молодых туристов и экскурсантов. Поэтому доля молодежных групп в общей численности экскурсионных групп в городе Великий Устюг не превышает 30% (по данным туроператоров). Для решения выявленной проблемы, на наш взгляд, необходима разработка новых продуктов культурно-познавательного туризма с экскурсиями новых форматов, которые позволяют «почувствовать» город и погрузиться в его атмосферу: экскурсиями-квестами, экскурсиями-спектаклями, сенсорными и иммерсивными экскурсиями [2, 3].

С целью определения нового вектора развития туризма с учетом потребностей современных туристов и экскурсантов нами проведено социологическое исследование. Инструментом опроса стала гугл-форма, ссылка на которую распространялась через сообщества в социальных сетях. В социологическом опросе приняли участие группы разных возрастов, среди которых 46,6% занимают лица от 18 до 24 лет и 36,7% - лица до 17 лет (включительно).

В ходе опроса выявлено, что 90% респондентов предпочитают путешествовать летом. При этом 57% опрошенных не были в Великом Устюге. Самыми интересными местами большинство участников анкетирования считают Вотчину Деда Мороза и набережную Великого Устюга. Это свидетельствует о том, что участники опроса не знают или не интересовались достопримечательностями города. Между тем среди всех опрошенных 45% готовы потратить до 2000 рублей на экскурсии в Великом Устюге, 41,3% - от 2000 до 5000 рублей.

Значительная часть респондентов (67%) не принимала участия в новых форматах экскурсий. Большая доля участников опроса (82,6%) высказала желание принять участие в новых видах экскурсий в Великом Устюге (рис. 2).

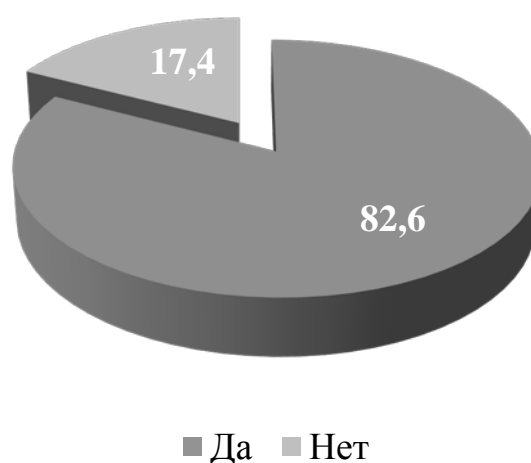


Рисунок 2 - Распределение ответов на вопрос о желании принять участие в новых видах экскурсий в Великом Устюге, % от общего количества респондентов

Источник: составлено автором на основе результатов социологического опроса, проведенного в рамках настоящего исследования

Большинство опрошенных (83,5%) готовы принять участие в экскурсиях длительностью не более 3 часов. Вместе с тем 78% респондентов ответили, что хотели бы использовать мобильное приложение для участия в экскурсионной программе.

На основе результатов опроса выявлено, что экскурсии нового формата будут способствовать привлечению нового сегмента – молодых туристов и экскурсантов, а также их приобщению к прошлому и настоящему малых городов России. Так, например, разработка экскурсий в форме квеста предоставит возможность соединить историю и современность, так как экскурсионные программы будут включать как посещение купеческих домов, ознакомление с историей купеческих семей, так и выполнение заданий квеста с применением информационных технологий.

Таким образом, потенциал малых исторических городов России и потребности современных туристов и экскурсантов определяют перспективы формирования инновационных продуктов, активизирующих сферу туризма малых городов и способствующих тем самым их социально-экономическому развитию.

Библиографический список:

1. В гостях у Деда Мороза. - URL: https://www.dedmoroz.ru/view/ustug/arhitektura_ustyuga# (Дата обращения 09.04.2025).
2. Квест, иммерсив, прогулка - новые формы экскурсий. - URL: <https://tenchat.ru/media/1151066-kvest-immersiv-progulka--novyye-formy-ekskursiy-chto-eto-i-dlya-kogo> (Дата обращения 10.04.2025).
3. Необычные экскурсии нового поколения. - URL: <https://experience.tripster.ru/articles/neobychnye-ekskursii-novogo-pokoleniya/> (Дата обращения 10.04.2025).

4. Орлова, В.С. Инновационный проект в туризме: специфика и перспективы развития /В.С. Орлова //Инновации. - 2011. - № 6 (152). – 120 с. - С. 74-76.
5. Официальный портал Правительства Вологодской области. - URL: <https://vologda-oblast.ru/dokumenty/1918473/> (Дата обращения 09.04.2025).
6. Официальный сайт Администрации Великоустюгского муниципального округа Вологодской области. - URL: <https://35velikoustugskij.gosuslugi.ru/deyatelnost/napravleniya-deyatelnosti/turizm/> (Дата обращения 09.04.2025).

Оригинальность 83%