



ПРАВИТЕЛЬСТВО ГОРОДА МОСКВЫ
ДЕПАРТАМЕНТ СПОРТА ГОРОДА МОСКВЫ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СПОРТА И ТУРИЗМА»

ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА: ВОЗМОЖНОСТИ, ПРИОРИТЕТЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Сборник материалов

XV Международной студенческой научно-практической конференции

Часть 2

29 апреля 2021 г.
г. Москва



ПРАВИТЕЛЬСТВО ГОРОДА МОСКВЫ
ДЕПАРТАМЕНТ СПОРТА ГОРОДА МОСКВЫ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ СПОРТА И ТУРИЗМА»



**«ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА:
ВОЗМОЖНОСТИ, ПРИОРИТЕТЫ,
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»**

Сборник материалов

XV Международной студенческой научно-практической конференции

29 апреля 2021 г.

Часть 2

Москва

УДК 640.4.04.+796.5

ББК 72

И60

И60 **Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы:** сборник научных трудов XV Международной студенческой научно-практической конференции – 29 апреля 2021 г. М.: Московский государственный университет спорта и туризма, 2021. Часть 2. 475 с.

Сборник научных трудов печатается по решению научно-редакционного совета ГАОУ ВО города Москвы «Московский государственный университет спорта и туризма» (МГУСиТ).

Оргкомитет конференции

Председатель

Н.В. Масыгина, ректор ГАОУ ВО МГУСиТ;

Заместитель

Д.И. Янгез, начальник отдела научной и редакционно-издательской деятельности МГУСиТ;

Члены оргкомитета:

И.П. Кульгачев, заведующий кафедрой туризма;

А.Б. Косолапов, профессор, профессор кафедры туризма;

М.Е. Успенская, заведующий кафедрой гостиничного и ресторанного дела;

И.А. Рубанникова, заведующий кафедрой иностранных языков;

С.К. Тарчоков, заведующий кафедрой гуманитарных и социально-экономических дисциплин;

Ю.И. Дудкина, заведующий кафедрой физического воспитания.

Ответственный секретарь

И.Б. Бабаханова, аналитик отдела научной и редакционно-издательской деятельности МГУСиТ.

Редакционная коллегия:

Масыгина Н.В., ректор Московского государственного университета спорта и туризма, кандидат педагогических наук, доцент, заслуженный работник физической культуры Российской Федерации, отличник физической культуры и спорта, лауреат премии города Москвы 2019 года в области физической культуры, спорта и туризма;

Янгез Д.И., начальник отдела научной и редакционно-издательской деятельности МГУСиТ;

Година Л.Б., редактор отдела научной и редакционно-издательской деятельности МГУСиТ.

В сборник включены научные статьи и выступления участников XV Международной студенческой научно-практической конференции «Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы», организованной 29 апреля 2021 года ГАОУ ВО города Москвы «Московский государственный университет спорта и туризма» при поддержке Департамента спорта города Москвы (в виде научных статей).

Издание адресовано студентам туристских вузов, специалистам-практикам науки, образования, индустрии туризма, гостиничного дела, предпринимательства, юриспруденции, других профильных и смежных сфер деятельности, а также всем заинтересованным лицам.

ISBN 978-5-9630-0154-7

ISBN 978-5-9630-0157-8 (Часть 2)

© Коллектив авторов, 2021

© МГУСиТ, 2021

Е.А. Овчинникова, Л.О. Ермолович БОТАНИЧЕСКИЙ САД ДВО РАН КАК РЕСУРС ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ.....	364
А.А. Кутаисова, Р.И. Гриванов ВАЖНОСТЬ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА КАК ИНСТРУМЕНТА ВЛИЯНИЯ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ.....	373
Е.Е. Варламова, А.Т. Скорняков, Е.В. Петраш, А.Б. Косолапов ЭКСКУРСИИ КАК РЕСУРС ВОЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ	376
В.Э. Васецкая, В.И. Суржиков СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКОВ РОССИИ.....	382
Ю.Е. Кочеткова, Д.В. Куриленко, Д.С. Андросов, Д.Е. Галигузов, Р.И. Гриванов РАЗВИТИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ...	387
А.Р. Гончарова, А.Б. Косолапов ЛЕГЕНДЫ И МИФЫ ПАРКОВ МОСКВЫ КАК РЕСУРС ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММ	396
В.Е. Даргель, А.Б. Косолапов ВИРТУАЛЬНЫЕ ЭКСКУРСИОННО-ТУРИСТСКИЕ ПРОГРАММЫ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ПОСТПАНДЕМИЧЕСКОМ ПЕРИОДЕ	400
О.О. Евзютина, И.Г. Чурилова РЕЧНЫЕ И КРУИЗНЫЕ ТУРЫ ПО ОКЕ В ГОРОДЕ КОЛОМНА: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ.....	405
П.В. Шадрин, Г.А. Петрова ИСПОЛЬЗОВАНИЕ VR- И AR-ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	410
И.Н. Коновалов, Е.В. Бобрычнова, А.Б. Косолапов МЕДИЦИНСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ГРАЖДАН КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ФОРМА МЕДИЦИНСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА	416
Г.А. Петрова, А.А. Исаев КЛАССИФИКАЦИЯ ФАКТОРОВ БЛАГОПРИЯТНОСТИ ИМИДЖА МОРСКОГО ГОРОДА	423
А.А. Пладес, И.Г. Чурилова НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ПО СОЗДАНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА НА РЕКЕ ПАХРЕ	428

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ VR- И AR-ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

П.В. Шадрин,

Студент 2 курса,

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Г.А. Петрова,

Ассистент кафедры туризма и экологии,

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

В работе представлен контент-анализ использования технологии виртуальной и дополненной реальности в туристской деятельности. В процессе исследования использован метод контент-анализа для изучения зарубежных и российских решений использования данных технологий и было проведено сравнение этих рынков. Также были выделены основные аспекты внедрения технологии и предложено авторское решение использования дополненной реальности в качестве метода продвижения туристской дестинации.

Ключевые слова: Туризм, туристская деятельность, виртуальная реальность, дополненная реальность, инновации.

THE USE OF VR AND AR TECHNOLOGIES IN TOURISM ACTIVITIES

P.V. Shadrin,

2nd year student, Vladivostok State University of Economics and Service

G.A. Petrova,

Assistant of the Department of Tourism and Ecology,

Vladivostok State University of Economics and Service

The work presents a content analysis of the use of virtual and augmented reality technology in tourism activities. In the course of the research, the method of content analysis was used to study foreign and Russian solutions for using these technologies and a comparison of these markets was made. Also, the main aspects of technology implementation were highlighted and the author's solution was proposed for using augmented reality as a method of promoting a tourist destination.

Keywords: Tourism, tourist activities, virtual reality, augmented reality, innovations.

ВВЕДЕНИЕ. В настоящее время цифровые информационные технологии активно развиваются и проникают в различные сферы жизнедеятельности человека и общества. В том числе и в туристскую деятельность. На данный момент одними из передовых технологий являются VR и AR. Из-за распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19), многие границы были закрыты.

В следствие чего, туристская сфера начала рассматривать виртуальную реальность (VR) – технологии, которая находится в «начальном» состоянии. Названия данных технологий происходит от английского языка. AR – «augmented reality», дополненная реальность. AR технология добавляет элементы цифрового мира в реальный, с помощью использования смартфона или других устройств.

VR – «virtual reality», виртуальная реальность. VR технология создаёт мир, который не существует в реальной жизни (виртуальный). В отличие от AR, для VR требуется специальное оборудование: очки (шлем VR), контроллеры (перчатки).

В связи с этим возникает вопрос об использовании подобной технологии в туристском рынке. Как говорилось ранее, технология находится в «подготовительном» состоянии, в следствие чего наблюдается малое количество публикаций по схожим темам: А. С. Глушкова; Ю.А. Киреева и Н.А. Полоцкая; А. В. Логинов, А. В. Жиров и Д. Н. Калинин.

Актуальность рассматриваемой проблемы заключается в активном развитии виртуальной и дополненной реальности и их активное практическое использование в туристской деятельности.

Цель научно-исследовательской работы – определить в каких сферах туристской деятельности возможно использование VR и AR технологий, провести сравнение готовых решений в России и в зарубежных странах, а также предложить свой вариант использования подобной технологии. Достижение поставленной цели потребовало решение ряда задач:

- определить сферы туристской деятельности, в которых возможно использовать VR и AR технологии;

- выделить используемые в зарубежных странах VR и AR решения на туристском рынке;

- выявить используемые VR и AR решения в Российском рынке туристских услуг;

- сравнить и проанализировать Российские и зарубежные VR и AR решения, используемые в туристской деятельности;

- выявить основные аспекты, при разработке подобной технологии;

- предложить концепт своего AR решения в туристской деятельности.

Объект исследования – VR и AR как часть современных информационных технологий.

ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ. Предметом исследования является технологии VR и AR, применяемые в туристской деятельности.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. Основополагающим для предпринимаемого исследования является описательный метод, включающий приём контент-анализа, моделирования, аналогии, индукции.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ. Возможности применения VR- и AR-технологий в туризме не ограничены и, в связи с этим, её можно использовать практически во всех сферах туристской деятельности:

– маркетинговое продвижение туристской дестинации на национальном и (или) международном уровнях. Данная технология в настоящий момент выделит среди конкурентов на рынке и поскольку она используется редко. Туристу открывается новый опыт: в интерактивной форме с помощью телефона или VR-гарнитуры можно познакомить с объектами показа и достопримечательности туристской дестинации;

– музееведение и экскурсионно-выставочная деятельность: демонстрация объектов показа в AR-пространстве в музеях и на улице, которое даст дополнительную информацию для экскурсанта и/или туриста. Также создание мобильных AR (VR) гидов по туристской дестинации: видео 360 градусов, просматриваемое с помощью VR-гарнитуры или через экран устройства. В перспективе возможно создание мобильных AR экскурсий, где экскурсант, наведя на объект показа, может получить дополнительную интерактивную информацию (на подобие существующих аудиогидов платформы Izi.travel);

– гостинично-ресторанный комплекс: оценка места размещения до приезда с помощью VR технологий, сканирование QR-кода или определенного маркера для получения дополнительной информации в AR-пространстве. Например: отсканировав код на брошюре, турист может оценить меню отеля и сразу же заказать её в свой номер или другие дополнительные услуги.

Очевидно, что VR- и AR-технологии не смогут полноценно заменить настоящее путешествие, но она может стать некоторой альтернативной формой в условиях ограничений, а также дополнить объекты показа новой информацией (графическим изображением).

У зарубежных стран сложился богатый опыт использования VR и AR:

1) В Ирландии национальная компания Visit Ireland (аналог федерального агентства по туризму в России) в целях продвижения туристской дестинации в ноябре 2019 года запустила двухэтапную программу виртуальной реальности, предназначенную для продвижения достопримечательностей Северной Ирландии;

2) Существует американский проект «Boulevard», который позволяет бесплатно посмотреть и ознакомиться с экспонатами музеев в AR- и VR-пространствах. Компания сотрудничает с музеями и культурными объектами показа, чтобы создать доступный образовательный контент для каждого. Программное обеспечение для AR-пространства доступно на платформах iOS, Hololens. Для VR предусмотрены платформы Samsung Gear VR, Oculus Rift, Oculus Go и Google Daydream View.

3) У знаменитого испанского дом-музея Casa Batllo в 2014 году появился приложение-путеводитель под названием: «SmartGuide» в формате видеогuida с использованием технологии дополненной реальности. Он доступен на 11 различных языках (в том числе и на русском), при наведении камеры специального устройства (планшета) на определенные предметы интерьера, они «оживают» в AR-пространстве на экране. Услуга входит в стоимость некоторых входных билетов.

4) Национальный музей естественной истории в США использует AR-технологии на мобильных устройствах, чтобы в интерактивной форме познакомить экскурсантов с внутренним строением древних животных. Было разработано приложение: «Skin and Bones», где помимо просмотра внутренних органов и строения скелета, также есть и интерактивная игра, которая позволяет экскурсанту легче усвоить информацию.

Это лишь некоторые из используемых решений на зарубежном туристском рынке. Что касается Российского рынка, то AR и VR технологии используются в туристской деятельности, но реже:

1) Компания Arvizio (ООО «Помпеи Арт Групп») в рамках проекта: «РЕТРО ФУТУРО» проводит экскурсии с использованием VR-технологии, которая дополняет основную экскурсию интерактивным контентом. Каждому экскурсанту в определенные моменты экскурсии выдается специальная VR-гарнитура с подготовленным программным обеспечением, которая дополнительно сопровождает экскурсию;

2) Государственная Третьяковская галерея: в 2018 году была открыта интерактивная выставка (с июня по август) с использованием VR-технологии «В трех измерениях: Гончарова и Малевич», разработанное компанией VRTech. Экскурсанты могли познакомиться с воссозданными мастерскими художников направления авангард с помощью VR-гарнитуры HTC Vive Pro, узнать об их биографии. В рамках виртуальной выставки можно было создать свою картину с использованием нейросетей (искусственным интеллектом).

Сравнивая российский и зарубежный варианты использования технологии виртуальной и дополненной реальности, можно выделить следующие отличия, представленные в таблице 1.

При этом, основные аспекты, которые необходимо учитывать при разработке VR и AR решения:

– VR является более затратным, чем AR: необходимо приобрести гарнитуру, её подключать к компьютеру, который будет соответствовать минимальным требованиям специально разработанного программного обеспечения. VR-гарнитура – это только устройство вывода информации, которое пользователь надевает на голову и смотрит через него. Помимо специального оборудования, необходим и дополнительный персонал, регулярное техническое обслуживание и расходы на ремонт. В связи с чем, VR чаще используется для временных мероприятий, поскольку в долгосрочной перспективе затраты будут больше;

Таблица 1 – отличия использования VR и AR
в российском и зарубежном туризме

Признаки отличия использования AR/VR	Российский рынок	Зарубежный рынок
Распространенность технологии	Менее распространена, чем в зарубежных странах	Более распространена, чем в России
Применение технологии как продвижения туристской дестинации на международном уровне	Не применяется	Есть случаи применения VR как продвижения туристской дестинации на международном уровне (Ирландия)
Проведение экскурсий с использованием VR	Проводятся	Не проводятся
Бесплатное знакомство с экспонатами музеев	Виртуальные 3D туры	Виртуальные 3D туры и бесплатное приложение (использующие как AR, так и VR)

– Виртуальная реальность не подходит для людей с ограниченными возможностями по зрению и слуху, а также использование технологии не рекомендуется для детей до 12 лет. К дополнению, использование гарнитуры может вызвать рвоту, головокружение и другие последствия для организма;

– AR полностью или частично компенсирует недостатки VR. Не требуется специального оборудования: используется только смартфон или планшет. Последствия для здоровья после использования дополненной реальности также отсутствуют. Требуется лишь обучить персонал для работы с туристами (экскурсантами);

– Создание виртуальной или дополненной реальности, а также внедрение её является большими финансовыми затратами (от 250000 рублей для дополненной реальности). Это связано с привлечением квалифицированного персонала для разработки. Поэтому необходимо оценить целесообразность использования данной технологии и её окупаемость в будущем.

Исходя из вышесказанного, автором предлагается концепт AR-технологии для продвижения г. Владивостока (Россия, Приморский край) как туристской дестинации: создание приложения, позволяющее более подробно ознакомиться с объектами показа г. Владивостока. Пользователь, наведя камеру телефона (или иного устройства) на объект показа получит дополнительную информацию, анимацию и (или) видео, которое позволит туристу (экскурсанту) глубже познакомиться с достопримечательностью в интерактивной форме. Чтобы приложение корректно работало, необходим доступ к геолокации устройства, либо создание специальных маркеров, которые будут уникальными, то есть, позволит отличать объекты показа друг от друга и вывести соответствующую информацию на AR-пространстве.

ВЫВОДЫ. На основе анализа источников информации, сравнивая зарубежные и российские практические решения использования виртуальной и дополненной реальности в туристской деятельности, можно сделать следующие выводы: использовать VR и AR можно в любой сфере туризма.

Технология перспективная, но до сих пор находится в «начальном» состоянии; в зарубежных странах VR и AR используется чаще, чем в России. Основная сфера практического применения в туризме – музеи и экскурсионно-выставочная деятельность. Возможно использование технологии как маркетингового продвижения туристской дестинации.

При внедрении технологии необходимо учитывать ряд аспектов: сложность и дороговизна виртуальной и дополненной реальностей, обязательное обучение персонала; VR имеет недостатки, в том числе связанные со здоровьем. Также обслуживание, выделение средств на ремонт, закупка соответствующего оборудования и разработка программного обеспечения. Используя моделирование, был предложен авторский концепт AR-решения для продвижения г. Владивостока. AR и VR требуют дальнейшей разработки практических решений во всех сферах применения технологии, в том числе и в туризме. Из-за закрытых границ в следствие распространение новой коронавирусной инфекции (COVID-19), технология стала востребована, но не нашла широкого применения.

Использованные источники

1. Coronavirus: Is virtual reality tourism about to take off? [Электронный ресурс] // BBC News. Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/business-54658147>

2. В чем разница между VR и AR? [Электронный ресурс] // РБК Тренды. Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/5db179279a79472d7aa9e58a>

3. Глушкова А.С. Использование VR- и AR- технологий в туризме / А. С. Глушкова. СПб., журнал «Скиф. Вопросы студенческой науки», 2020 № 1 (41). С.77-81.

4. Киреева Ю.А., Полоцкая Н.А. Применение VR и AR контента в туризме / Ю.А. Киреева, Полоцкая Н.А. М., статья в сборнике трудов конференции «Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса», 2020. С.89-95

5. Логинов А.В., Жиров А.В., Калинин Д.Н. Создание электронного AR туристского путеводителя по этнокультурному туризму в Калининградской области / А. В. Логинов, А. В. Жиров, Д. Н. Калинин. Статья в сборнике трудов конференции «Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса», 2020. С.153-162.

6. All museums audio guides and city tours in one single app [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://izi.travel/ru>

7. Virtual Reality Ireland [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.virtualreality.ie/index.html>

8. Frequently Asked Questions – Boulevard Arts [Электронный ресурс]
// Режим доступа: <https://www.blvrd.com/faq>
9. Вся информация о вашем посещении Каса Бальо [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.casabatllo.es/ru/visit/>
10. Bone Hall | Smithsonian National Museum of Natural History [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://naturalhistory.si.edu/exhibits/bone-hall>
11. Экскурсии с виртуальной реальностью (VR) в Москве - Петро Футуро [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://moscow.refutur.com/ru>
12. Третьяковская галерея и VRTech представили совместный VR-проект [Электронный ресурс] // TechFusion – Режим доступа: <https://techfusion.ru/tretyakovskaya-galereya-i-vrtech-predstavili-sovmestnyj-vr-proekt/>
13. Что не так с VR-технологиями в музеях и что с этим делать [Электронный ресурс] // Хабр. Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/535664/>
14. Услуга разработки AR/VR приложений дополненной реальности по доступной цене в Москве [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ios-apps.ru/services/zakazat-ar/>

МЕДИЦИНСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ГРАЖДАН КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ФОРМА МЕДИЦИНСКОГО И СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА

И.Н. Коновалов,

*магистранты, Школа экономики и менеджмента,
Дальневосточный федеральный университет*

Е.В. Бобрычнова,

магистрант, Московский государственный университет спорта и туризма

А.Б. Косолапов,

профессор Московского государственного университета спорта и туризма

В статье рассматривается медицинское сопровождение маломобильных граждан как новое направление, находящееся на стыке медицинского и социального туризма. Проанализированы формы оказания услуг медицинского сопровождения, определены целевые группы, на которые ориентирован данный вид услуг. Рассмотрены экономические предпосылки, способствующие развитию данного направления.