

# РОЛЬ РЕСУРСА ТЕРРИТОРИИ В ДИЗАЙНЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ТРАНСПОРТА

**Устинов Кирилл Александрович**

магистрант кафедры индустриального дизайна.

Научный руководитель: кандидат искусствоведения, профессор Н. П. Гарин

ФГБОУ ВО «Уральский государственный архитектурно-художественный университет им. Н.С. Алфёрова»;

младший научный сотрудник, инженер.

Школа Арктического дизайна, Сибирский центр дизайна, ФГБОУ ВО «Томский государственный университет»

Россия, Томск, e-mail: [ustinovcontact@gmail.com](mailto:ustinovcontact@gmail.com)

УДК: 721.012

DOI: 10.47055/1990-4126-2022-2(78)-23

## Аннотация

*В статье рассматривается понятие туристического ресурса территории и его влияние на процесс дизайн-проектирования. На примере территории Республики Алтай раскрывается важность данного термина в контексте адресного проектирования и его возможное применение при создании туристического транспорта для экстремальной территории. В дальнейших исследованиях мы рассмотрим ресурс как «двигатель» в развитии технологии и использование его в дизайне.*

## Ключевые слова:

*туристический ресурс, транспорт, экстремальный туризм*

# THE ROLE OF TERRITORIAL RESOURCE IN TOURIST TRANSPORT DESIGN

**Ustinov Kirill A.**

Master degree student, Department of Industrial Design.

Research supervisor: Professor N.P. Garin, PhD. (Art Studies)

Ural State University of Architecture and Art

Junior Research Fellow.

School of Architect Design, Siberian Design Centre,

Tomsk State University

Russia, Tomsk, e-mail: [ustinovcontact@gmail.com](mailto:ustinovcontact@gmail.com)

УДК: 721.012

DOI: 10.47055/1990-4126-2022-2(78)-23

## Abstract

*The article considers the concept of «tourism resource of territory» and its influence on the design process. Using the territory of the Republic of Altai as an example, the significance of this term is shown in the context of targeted design and its possible application to designing tourist transport for a particularly extreme territory. In our further research, we will consider the resource as an «engine» in the development of technologies and design.*

## Keywords:

*tourist resource, transport, extreme tourism*

## Исследование выполняется при финансовой поддержке Российского Научного Фонда (№17-78-20047П).

### Введение

Процесс освоения культурных и географических ресурсов туризма нашей страны актуален на сегодняшний день. Это подтверждает тот факт, что во время пандемии в 2021 г. произошел подъем внутреннего туризма (в сравнении с 2020 г.) на 30% [6] и прогнозируется его дальнейший рост. В этом случае ресурс может стать важным «двигателем» экономического роста для страны [5], что позволит повысить ее культурное и экономическое благосостояние. Активное развитие ресурса может сформировать различные потребности в проектировании нового продукта, в том числе транспорта, которые будут способствовать комфортному перемещению туриста и пребыванию его на экстремальной территории.

**Цель** исследования состоит в изучении особенностей использования туристического ресурса территории с суровыми природно-климатическими условиями в процессе проектирования специального транспорта для туристов. В данной работе понятие «туристический ресурс» основано на синтезе культуры и географии. Исследование включает раскрытие понятия туристического ресурса территории в ключе проектирования транспорта, а также поиск ответов на вопросы: какими мотивами руководствуются туристы при посещении экстремальных территорий; как природные и культурные особенности территории влияют на процесс разработки дизайнером туристического транспортного средства.

Поиск неизведанных туристических маршрутов, продумывание способов доставки до места назначения, создание комфортных и относительно безопасных условий пребывания становятся важными задачами как для туристической отрасли в целом, так и для отдельного проектировщика. Не менее важен вопрос о модернизации старых и создании новых видов транспорта, позволяющих туристу самостоятельно добраться до места назначения – это тоже входит в задачи инженеров-конструкторов и дизайнеров.

Туристический транспорт позволяет обеспечить свободу передвижения, экономит физические и психические усилия, защищает в условиях экстремальной среды. Исходя из этого можно выдвинуть гипотезу о том, что туристический ресурс как отражение природной и культурной системы жизнедеятельности на определенной территории оказывает колоссальное влияние на дизайн-разработку и помогает создать особый образ транспорта, который отличается художественной и технической индивидуальностью. Таким образом, объектом исследования становятся природные и культурные особенности территории, составляющие ее туристический ресурс, а предметом – влияние этого ресурса на процесс дизайн-проектирования транспортного средства.

**Методы и данные.** Основным источником сбора данных стала совместная экспедиция, проведенная НОЦ Школой арктического дизайна и Школой исследований окружающей среды и общества (Антропошкола) ТюмГУ в с. Кош-Агач, Республика Алтай с 30 августа 2021 по 8 сентября 2021 г. Используются методы полевой этнографии: структурированные и неструктурированные интервью, визуальное и включенное наблюдение. Обработка полученных в ходе экспедиции материалов дополняется анализом литературных источников в таких областях знаний, как культурология, социология, дизайн-исследования (техническая эстетика). Основная задача экспедиции состояла в знакомстве с культурой и ключевыми точками, которые обладают туристическим потенциалом, а значит, образуют ресурс конкретной территории.

**Результаты и обсуждение.** Чтобы исследовать практическое значение ресурса и его потенциал, обратимся к ключевым понятиям и на их основе сформулируем его значимость и возмож-

ности применения в дизайн-проектировании для экстремальной среды. Определение ресурса до сих пор исследуется учеными и раскрывается в совершенно разных контекстах. Например, В.В. Новосельская говорит о важности культурного ресурса через более широкое определение «культурного пространства» и описывает его «как не только окультуривание природной среды и преобразование окружающей действительности, но и наделение территории особым смыслом, проявление ее уникальности и самобытности, воплощаемое в местных традициях, фольклоре, преданиях, обычаях, праздниках, продуктах как высокой, так и народной культуры, в исторических и этнокультурных памятниках» [1, с. 74–75].

О культуре как факторе влияния на формирование не только экономических, но и социальных аспектов развития территории говорят Ю.А. Сибирцева и Т.А. Кильдяшова, в частности, они пишут о «выполнении важной функции формирования и сохранения идентичности», которая выступает «в качестве фактора поддержания стабильности в отдельно взятом регионе и мире в целом» [2, с. 120]. Е.Н. Сапожникова изучает взаимосвязь двух определений: «ресурсы туризма» и «ресурсы территории», где первое – глобальное и объединяющее понятие, а второе – частное. Если эти два понятия использовать в контексте применения для экстремального туризма, то, в первую очередь, стоит рассматривать не частное понятие «ресурса территории», которое применимо больше для рекреационной цели поездки (оздоровления, лечения и более размеренного отдыха), а наоборот, глобальное понятие «ресурсов туризма», суть которого состоит в выделении основных комплексных взглядов на туризм, которые помогают определить функциональные, производственные и технологические назначения каждого вида ресурсов и конкретного ресурсного объекта [4]. Эти данные тоже играют особую роль в дизайн-проектировании. Н.В. Сычёва сформулировала комплексное определение «ресурса территории» и наиболее ярко отразила его специфику: «Совокупность природно-климатических, социокультурных и инфраструктурных факторов региона, используемых при производстве туристского продукта для удовлетворения потребностей человека в процессе и целях туризма» [5, с. 137].

Все приведенные определения имеют между собой общее – это связь с культурой и природными объектами, которые и составляют ресурс местности. Важно отметить, что эмоции, полученные человеком при посещении, например, видовых точек, вокруг которых построен туристический маршрут, также можно рассматривать как ресурс, так как туризм – это «индустрия по производству и потреблению мифов, историй и опыта» [16, 17]. Такая система включает ландшафт (видимая природа), культуру (образ жизни людей, традиции и праздники), а также культурные артефакты – основные компоненты туристического ресурса [14, 16]. Создание инструментов, позволяющих туристу безопасно (как для себя, так и для территории) взаимодействовать с этой системой – одна из задач дизайнера.

Так, туризм рассматривается в качестве сферы деятельности дизайнера по созданию условий для комфортного кратковременного пребывания в экстремальных условиях. Объектом дизайн-исследования и проектирования здесь могут быть как материальные вещи, так и нематериальные. Транспорт, одежда, снаряжение, а также инфраструктура и сценарий маршрута – это «оболочка», окружающая туриста, обеспечивающая безопасность и удобство в получении впечатлений, не нарушая при этом целостность культурного и природного ландшафта. Дизайн здесь выступает как инструмент создания этой оболочки с целью формирования безопасных и комфортных (для человека и для места) условий.

**Мотивы путешествия в районы с экстремальными условиями.** Чтобы понять, как использовать ресурс территории для проектирования туристического транспорта, нужно раскрыть и мотив посещения туристом экстремальной местности. Экстремальный туризм, суть которого заключается в «путешествии в труднодоступные, отдаленные места (горы, пустыни, ледники, джунгли, территории с суровым климатом и т. д.) и занятие экстремальными видами спорта,

которые сопряжены с трудностями для человеческого организма и опасностью» [7]. К экстремальному туризму мы можем отнести высокую степень угрозы для жизни человека (факторы угрозы):

1. Объективные: погодные условия (низкие температуры), сложный рельеф местности (нет дорог, заболоченность почв, перепады рельефа и т.д.), низкая вероятность подачи сигнала о помощи.
2. Субъективные: недостаток опыта, физическая подготовка, психологическая устойчивость, отсутствие необходимого снаряжения [8].

Чем можно объяснить стремление человека (особенно живущего в крупном городе) попасть в такое экстремальное путешествие? В работе Е.А. Лукиной рассматривается более семи психологических аспектов, которые движут желанием человека испытать себя в экстремальной среде. Среди них можно особо выделить:

1. Люди устают от однообразия (все распланировано и каждый день однообразен), от отсутствия новых впечатлений.
2. Смена поведенческих тактик и возможность выработать новые алгоритмы деятельности в экстремальных условиях, следовательно, проявить активность, творчески преобразовать ситуацию, что способствует индивидуальному развитию личности.
3. Экстремальные путешествия способствуют смене социальных ролей (Я – путешественник, странник, экстремал), что способствует устойчивости личности [7].

Другая группа ученых (Н. М. Владимирова, Н. В. Кузнецова, М. Р. Арпентьева) считает, что вид активного спортивного туризма близок к экстремальному и имеет схожие с ним мотивы. Они отмечают, что туризм «может помогать нравственной, социальной, психологической и физической абилитации и реабилитации инвалидов, адаптации к сложным, кризисным и проблемным ситуациям и стрессовым перегрузкам» [9]. Авторы также упоминают, что командное взаимодействие в активных видах туризма снижает межнациональную напряженность, повышает сплоченность и служит народной дипломатии. На эти важные факторы должен обратить внимание дизайнер, так как его разработка способствует формированию впечатлений через продумывание различных социальных сценариев маршрута, прогнозирование ситуаций, а также облика и образа транспорта.

**Экстремальные маршруты Алтая и роль транспорта в структуре туризма.** После определения ключевого понятия ресурса территории и выявления мотивов человека для посещения экстремальной местности мы переходим к следующему этапу – выявление маршрутов конкретной территории, которые образуют культурный и географический ресурс. В нашем исследовании примером направления для экстремального туризма стала республика Алтай. Республика Алтай входит в топ самых посещаемых туристических мест на территории РФ, и интерес к обнаружению и созданию новых потенциально захватывающих туристических маршрутов в регионе с каждым годом повышается [10].

На территории Алтая расположен важный стратегический и осваиваемый район – Кош-Агач. Местность приравнена к районам Крайнего Севера и имеет экзотическую структуру рельефа, граничит с тремя государствами: Китаем, Монголией и Казахстаном. Экзотическое сочетание ландшафта, культовые места, природные парки и заповедники привлекают туристов (рис. 1). Туризм в регионе все еще осваивается: из-за сложности в трансфере и размещении туристов плохо налажены туры. Поэтому в регионе туризм носит «приключенческий» характер, что очень остро ставит вопрос безопасности в области перемещения по маршрутам. Возникает потребность обратить внимание на этот вопрос и способствовать созданию «регионального»

транспорта для конкретной местности, что позволит не только добраться до места, но и ощутить свободу передвижения по интересующему маршруту. Несомненно, это может способствовать увеличению туристического потока.

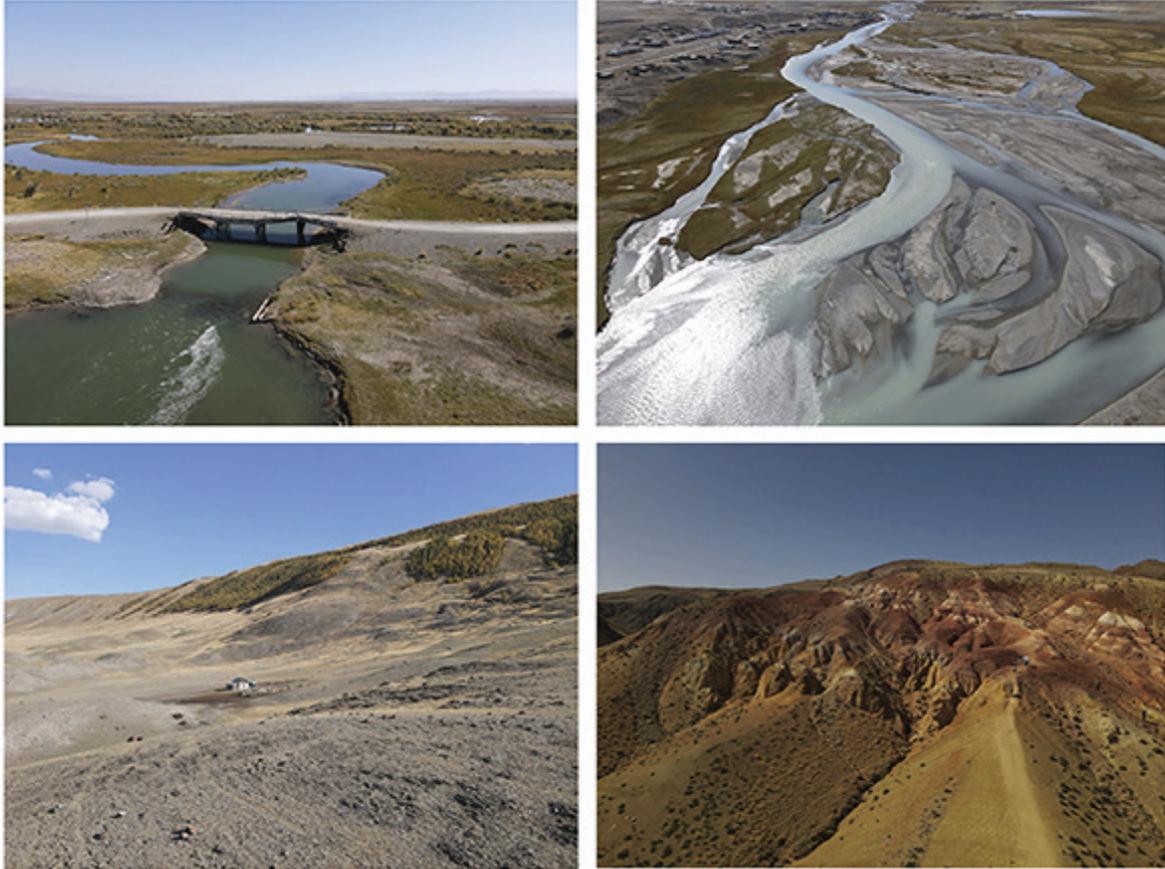


Рис. 1. Ландшафт с. Кош-Агач, Республика Алтай. Фото К.А. Устинова

Следующий этап – определение основных маршрутных точек на территории Кош-Агачского района, которые представляют собой ресурс местности. Во время полевых исследований в этом районе было выявлено 4 близко прилегающих туристических точки, путь к которым проходит по пересеченной экстремальной местности:

1. Кош-Агач – Алтайский Марс. Видовая точка и впечатление от нее – ресурс данного маршрута.
2. Кош-Агач – МАРС-3 (достопримечательность – петроглифы). Петроглифы как культурный ресурс – погружение в историю местности и многовековые наскальные изображения.
3. Кош-Агач – Старый Бельтир. Чаганский сейсмоползень. Посещение полузаброшенного села, пострадавшего от землетрясения. Ресурс – видовые точки, пережитые эмоции, знакомство с историей.
4. Кош-Агач – с. Кокоря – с. Жана-Аул. Посещение «Музея теленгитов Чуи» и «Музея казахов Алтая». Культурный ресурс – погружение в историю и образы.

Особая черта всех четырех рассматриваемых ресурсов – их расположение на территории, приравненной к районам Крайнего Севера, кроме того, они достаточно изолированы – до них можно добраться только по пересеченной местности. Это лишь малая часть потенциальных маршрутов, но достаточно значимая. На этих примерах раскрываются возможности и разно-

образе ресурсов территории, вокруг которых можно создать спектр впечатлений и образов. Такие маршруты могут стать основой концепции, в рамках которой будет проектироваться туристический транспорт, адаптированный под условия местности и под туристический ресурс территории.

Следующий важный – роль транспорта в туристической сфере. В статье Я.С. Наруты и В.Б. Ноликова [11] подчеркивается, что для перемещения по основным точкам маршрута и для преодоления сложного рельефа обязательно требуется транспорт, который доступен территориально и должен повышать комфорт и безопасность туристов при перемещении. Еще одним замечанием будет то, что транспорт важная единица в системе экономики страны и в сфере туризма. В работе А.Е. Головлева также отмечено, что развитие транспорта способствует «повышению продуктивности общественного производства» [12]. Туристу важен функционал транспорта и удобство эксплуатации его на территории, так как путешествие может разворачиваться вокруг самого транспорта и превращаться в особый кочевой вид туризма, об этом пишут Ю.Д. Васькова и Д.М. Асланова [13].

Таким образом, ключевыми факторами в проектировании туристического транспорта являются безопасность и комфорт туриста при перемещении до достопримечательностей и видовых точек. Модернизация и проектирование транспорта являются важными задачами для дизайнера и способствуют реализации новых решений в развитии не только экономики страны и региона, но и повышению эстетического впечатления от туристической поездки.

**Дизайн как средство развития экстремального туризма.** В нашем исследовании ответом на необходимость развития ресурсного потенциала является необходимость усиления влияния культурных и технологических аспектов на дизайн-разработку туристического транспорта. Для этого мы предлагаем концепцию, основанную на глубоком изучении культуры территории, для которой проектируется объект, а также учет других элементов системы: анализ ландшафта, климата, почвы и геологической структуры местности. Собранные данные позволяют сформировать требования для проектирования регионального транспорта, например оптимально подобрать шасси, шины, структуру корпуса транспорта в целом (технологический аспект). В свою очередь, изучение культурных аспектов поможет дизайнеру создать цельный образ транспорта [15]. Предполагается, что такой системный подход будет способствовать развитию туризма, повышению комфорта и впечатлений от местности, что позволит туристу еще ближе познакомиться с культурой и особенностями региона, при этом повысить уровень безопасности и комфорта передвижения по местности, сэкономить физические силы, посмотреть больше объектов за счет нового вида транспорта.

Кроме того, отражение особенностей ресурса местности в объекте дизайна позволит лучше адаптировать транспортное средство не только для туристов, но и для жителей региона, сделать его культурной составляющей системы туризма. Такая концепция сформировалась на основе адресного подхода к проектированию. Это подтверждается в исследовании Н.П. Гарина и С.Г. Усенюк: в экстремальных условиях концепция универсальности и применение традиционного инженерного подхода<sup>1</sup> невозможна. Изменение даже одного фактора (природного, социального или климатического) может повлечь за собой глобальные изменения всей системы, что приведет к необратимым последствиям и создаст новые требования к транспорту. При адресном подходе также особое внимание уделяется дизайн-сценарию, который строится вокруг конкретных туристических маршрутов, и эти маршруты должны быть заложены дизайнером уже на этапе проектирования объекта (например, в формате требований к объекту проектирования). Это позволяет лучше подготовить транспорт к применению «в поле», прогнозировать риски и ожидания [3]. Таким образом, адресное проектирование тесно связано с ресурсом местности и должно применяться при проектировании транспорта.

Туристический транспорт становится частью системы: внешние связи такого транспортного средства как системного объекта включают «туризм» и «транспорт» (рис. 2). Первое понятие – «туризм» – обозначает туристический транспорт как «особую категорию транспорта вместе с относящейся к нему сетью дорог, где турист становится объектом транспортировки» [16]. Наличие (или отсутствие) развитой транспортной инфраструктуры играет главную роль в передвижениях туриста, во многом определяя целостное впечатление от тура.

Второе понятие описывает транспорт как предлагаемый туристу сервис, и здесь индивидуальные предпочтения пользователя играют решающую роль. В экстремальном туризме большое значение приобретает сам процесс преодоления географической изолированности и отдаленности: дорога до туристического ресурса (например, достопримечательности) также становится самостоятельным ресурсом [16]. Являясь инструментом преодоления маршрута, транспортное средство становится еще и самостоятельным источником впечатлений в процессе этого передвижения.

При проектировании туристического транспортного средства необходимо учитывать все элементы данной системы в их взаимосвязи: (1) объект должен отвечать требованиям существующей транспортной инфраструктуры (или бездорожья); (2) объект должен восприниматься не только как инструмент преодоления маршрута, но и как самостоятельный источник впечатлений. Эти требования выступают как задачи на проектирование, а дизайн становится средством, с помощью которого объект проектирования встраивается в существующую систему, отвечая данным требованиям.

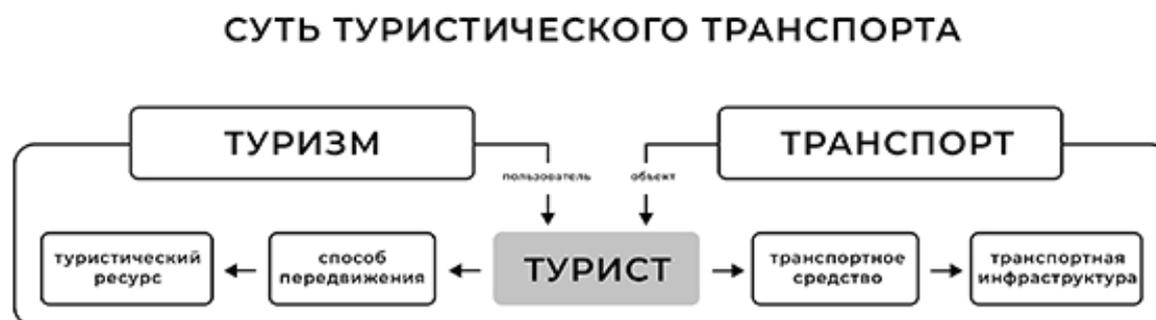


Рис. 2. Суть туристического транспорта. Источник: Usenyuk, S.G., 2008. The Russian North: Northern tourism through design professionals. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 5(2), p.131–147.

Перечисленные аспекты составляют перечень требований к туристическому транспорту как объекту дизайн-исследования и проектирования. Так, влияние ресурсного потенциала туризма на проектирование представляется интересным для дальнейшего исследования. Это позволит определить ряд ключевых задач и требований для дизайнера, которые в будущем будут применены на практике. Предполагается, что выявленные аспекты будут использованы для формирования концепции туристического транспорта, адаптированного под условия конкретной местности. Такая адаптация позволит усилить комфорт и безопасность транспорта для человека, погрузить его в культуру и получить положительные впечатления от пребывания на территории, что является ключевыми задачами дизайна.

## Заключение

В нашем исследовании ресурс местности рассматривается как важная часть дизайн проектирования, выражающаяся в требованиях к объекту, которые должны учитываться проектировщи-

ком любого типа транспорта для экстремальной среды. Экстремальный туризм рассматривается как особая система, и транспорт становится ее частью. Такой системный подход открывает больше возможностей для дизайнера, так как при глубоком изучении он может обнаружить новые возможности адаптации объекта к конкретным уникальным условиям и, например, создать совершенно новую технологию. В дальнейших исследованиях мы рассмотрим вопрос учета особенностей ресурса местности в дизайне в контексте технологии: как ресурс может способствовать применению новых технологий в дизайне транспорта для экстремальной среды? В рамках данного исследования этот вопрос станет основой концепции проектирования.

## Благодарности

Особая благодарность Прокоповой Софье Михайловне и Светлане Геннадьевне Кравчук за помощь в редактировании статьи и Раевой Александре Владимировне за помощь в сборе, расшифровке экспедиционных интервью.

## Примечание

<sup>1</sup> В традиционном инженерном подходе ставятся во главу универсальность и производственная экономичность [3].

## Библиография

1. Новосельская, В.В. Культурное пространство территории как ресурс экономики впечатлений / В.В. Новосельская // Знание. Понимание. Умение. – 2016. – №. 3. – С. 72–86.
2. Сибирцева, Ю.А., Кильдяшова, Т.А. Культурные ресурсы территории: стратегии развития / Ю.А. Сибирцева, Т.А. Кильдяшова // Вестн. Северного (Арктического) федерального ун-та. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2011. – №. 2. – С. 120–124.
3. Гарин, Н.П. и др. От туристических походов к научной лаборатории: проектно-методический опыт школы северного дизайна в контексте формирования образовательного пространства будущего / Н.П. Гарин // Проектная культура и качество жизни. – 2015. – №. 1. – С. 418–427.
4. Сапожникова, Е.Н. К вопросу о соотношении понятий «Ресурсы территории» и ресурсы туризма / Е.Н. Сапожникова // Сервис в России и за рубежом. – 2009. – № 4.
5. Сычева, Н.В. Туристский ресурс как фактор экономического развития региона / Н.В. Сычева // Вестник ОГУ. – 2011. – № 8 (127).
6. В АТОР подвели туристические итоги 2021 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html>
7. Лукина, Е.А. Основные причины роста популярности экстремального и приключенческого туризма/ Е.А. Лукина // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2009. – №. 1. – С. 29–34.
8. Полякова, К.С. Потенциал Республики Алтай для развития экстремального туризма / К.С. Полякова // Сб. мат-лов VIII всерос. науч.-практ. конф. молодых ученых с международным участием «Россия молодая». – 2016. – С. 367–371.
9. Владимиров, Н.М., Кузнецова, Н.В., Арпентьева, М.Р. Психолого-педагогическое сопровождение нишевого спортивного туризма / Н.М. Владимиров, Н.В. Кузнецова, М.Р. Арпентьева // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2021. – Т.15. – №1. – С. 34–48.
10. Итерфакс. Опубликован рейтинг туристической привлекательности регионов РФ за 2021 год [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/84509/>

11. Нарута, Я.С., Ноликов, В.Б. Экстремальный туризм: определения, виды, технология организации экстремальных маршрутов / Я.С. Нарута, В.Б. Ноликов // *Международный студенческий научный вестник*. – 2016. – №. 6. – С. 101–101.
12. Головлев, А.Е. Роль транспорта в развитии внутреннего туризма / А.Е. Головлев // *лучшие студенческие исследования*. – 2022. – С. 67–71.
13. Васькова, Ю.Д., Асланова, Д.М. Роль транспорта в туристской индустрии: логистика и доступность / Ю.Д. Васькова, Д.М. Асланова // *Каспий в цифровую эпоху*. – 2021. – С. 11–13.
14. Усенюк, С.Г. Дизайн для условий Севера: принцип сотворчества в проектировании транспортных средств: автореф. дис. ... канд. искусствоведения / С.Г. Усенюк. – Екатеринбург. – 2011.
15. Гарин, Н.П. Дизайн для условий Крайнего Севера (принцип преемствования культуры коренного населения) / Н.П. Гарин. Место изд.? – 1991.
16. Usenyuk, S.G., *The Russian North: Northern tourism through design professionals* / S.G. Usenyuk // *Tourism and Hospitality Planning & Development*. – 2008. – № 5(2). – P. 131–147.
17. Burns, P.M., Novelli, M. *Tourism and social identities* / P.M. Burns, M. Novelli. – Routledge, 2006.

## References

1. Novoselskaya, V.V. (2016). Cultural space as a resource of the experience economy. *Knowledge. Understanding. Skill*, 3, pp. 72–86. (in Russian)
2. Sibirtseva, Y.A., Kildyashova, T.A. (2011). Cultural resources of the territory: development strategies. *Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanities and Social Sciences*, No. 2, pp.120–124 (in Russian)
3. Garin, N.P. et al. (2009). From Tourist Trips to the Research Laboratory: the Design and Methodological Experience of the School of Northern Design in the Context of the Future Educational Space. *Design Culture and Quality of Life*, No. 1, pp. 418–427. (in Russian)
4. Sapozhnikova, E.N. (2011). To the Issue of the Relationship between the concepts of Resources of the Territory and Tourism Resources. *Consumer Services in Russia and Abroad*, No. 4. (in Russian)
5. Sycheva, N.V. (2011). Tourism Resource as a Factor of Regional Economic Development. *Vestnik OGU*, No. 8(127). (in Russian)
6. Vestnik ATOR: (2021) ATOR summed up the tourism results for 2021. (2022). [Online] Available from: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58171.html> [Accessed 10 April 2022]. (in Russian)
7. Lukina, E.A. (2009). The main reasons for the growth of extreme and adventure tourism. *Modern Problems of Service and Tourism*, No. 1, pp. 29–34. (in Russian)
8. Polyakova, K.S. (2016). The potential of the Altai Republic for the development of extreme tourism. *Proceedings of the 8th All-Russian research-to-practice conference of young scientists with international participation "Young Russia"*, pp. 367–371.
9. Vladimirov, N.M., Kuznetsova, N.V., and Arpentyeva, M.R. (2021). Psychological and pedagogical support of niche-specific sports tourism. *Service and Tourism: Current Challenges*, Vol.15(1), pp. 34–48. (in Russian)
10. Interfax (2022) The tourist attractiveness ranking of the regions of the Russian Federation for 2021 published. [Online] Available from: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/84509/> [Accessed 15 April 2022]. (in Russian)
11. Naruta, Y.S., Nolikov, V.B. (2016). Adventure Tourism: Definition, Types, Organization of Extreme Routes. *International Student Scientific Bulletin*, No. 6, pp. 101–107. (in Russian)

12. Golovlev, A.E. (2022). The Role of Transport in the Development of Domestic Tourism. Best Student Research, pp. 67–71.
13. Vaskova, Yu. D., Aslanova, D.M. (2021). The Role of Transport in the Tourism Industry: Logistics and Accessibility. Caspian in the Digital Era, pp. 11–13.
14. Usenyuk, S.G. (2011) Design for the conditions of the North: the principle of co-creation in vehicle design. Summary of PhD dissertation (Art Studies). Ekaterinburg: Ural State University of Architecture and Art.
15. Garin, N.P. (1991). Design for the conditions of the Far North (the principle of succession of the culture of the indigenous populations). Summary of PhD dissertation (Art Studies). Moscow. (in Russian)
16. Usenyuk, S.G., (2008). The Russian North: Northern tourism through design professionals. Tourism and Hospitality Planning & Development, No. 5(2), pp. 131–147.
17. Burns, P.M. and Novelli, M. (eds.) (2006). Tourism and Social Identities. Rutledge



Лицензия Creative Commons

Это произведение доступно по лицензии Creative Commons «Attribution-ShareAlike» («Атрибуция - на тех же условиях»).

4.0 Всемирная

Дата поступления: 22.04.2022