

УДК 338.486

DOI: 10.26140/anip-2021-1003-0017



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0.
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ЭКСКУРСИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ФУНКЦИИ КРАЕВЕДЕНИЯ

© Автор(ы) 2021

AuthorID: 646731

SPIN: 6058-2882

ORCID: 0000-0003-3517-2112

ГОМИЛЕВСКАЯ Галина Александровна, кандидат экономических наук,
директор Международного института туризма и гостеприимства

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

(690014, Россия, Владивосток, улица Гоголя, 41, e-mail: galina.gomilevskaya@vvsu.ru)

ORCID: 0000-0002-5062-2129

МАЙОРОВА Евгения Андреевна, бакалавр 4 курса

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

(690014, Россия, Владивосток, улица Гоголя, 41, e-mail: eva.may1998@mail.ru)

Аннотация. Сегодня инновационное развитие затрагивает многие сферы деятельности. Туристическая деятельность, как и любая сфера услуг, входит в круг интересов инноваторов. Без внимания не осталась и экскурсионная деятельность: создание новейших турпродуктов, внедрение современных методов проведения экскурсий и технических устройств уже невозможно приостановить. Рынок туристско-экскурсионных услуг в России сейчас характеризуется высокой степенью конкуренции. Сегодняшний экскурсант хочет видеть нечто большее, чем традиционную обзорную или музейную экскурсию. Использование новых инновационных видов и форм проведения экскурсии, внедрение современных технологий в экскурсионную деятельность – это те требования, которые выдвигает экскурсант XXI века. Такие требования дают новые толчки для развития современного экскурсионного дела, заставляют производителей туристско-экскурсионных услуг активно обращаться к инновациям в сфере экскурсионного обслуживания. *Цель/задачи.* Используя международный и российский опыт, изучить инновационные виды экскурсионной деятельности и предложить новые формы экскурсионного обслуживания с образовательной целью на региональном туристском рынке. *Методология.* В статье применены методы дедукции и индукции при изучении понятийного аппарата, использованы методы синтеза при анализе информационных материалов, метод классификации при структурировании видов экскурсионных инноваций. *Результаты.* Научной новизной является авторская классификация экскурсионных инноваций и разработанная схема внедрения инновационного экскурсионного продукта на рынок. Практическим результатом в статье являются материалы комплексного анализа организации городских экскурсий в мировой и отечественной экскурсионной практике и на региональном рынке г. Владивостока, а также предложенная инновационная модель экскурсионного полиязычного обслуживания группы туристов.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, экскурсионная деятельность, образовательная функция экскурсии, инновационный экскурсионный продукт, технические инновации, hop-on hop-off экскурсия, аудиогид, конкурентоспособность.

INNOVATIVE FORMS OF EXCURSION SERVICE IN THE CONTEXT OF THE PEDAGOGICAL FUNCTION OF LOCAL STUDIES

© The Author(s) 2021

GOMILEVSKAYA Galina Aleksandrovna, candidate of economical science,
director of International Institute of Tourism and Hospitality

Vladivostok State University of Economics and Service

(690014, Russia, Vladivostok, street Gogolya 41, e-mail: galina.gomilevskaya@vvsu.ru)

MAIOROVA Evgeniya Andreevna, bachelor 4th year

Vladivostok State University of Economics and Service

(690014, Russia, Vladivostok, street Gogolya 41, e-mail: eva.may1998@mail.ru)

Abstract. Today, innovative development affects many areas of activity. Tourism activities, like any service sector, are among the interests of innovators. Excursion activities were not left without attention: the creation of the latest tourism products, the introduction of modern methods of conducting excursions and technical devices can no longer be suspended. The market of tourist and excursion services in Russia is now characterized by a high degree of competition. Today's sightseer wants to see more than a traditional sightseeing or museum tour. The use of new innovative types and forms of excursions, the introduction of modern technologies in excursion activities - these are the requirements put forward by the excursionist of the XXI century. Such requirements give new impetus to the development of modern excursion business, forcing manufacturers of tourist and excursion services to actively turn to innovations in the field of excursion services. *Purpose / objectives.* Using international and Russian experience, study innovative types of excursion activities and offer new forms of excursion services for educational purposes in the regional tourist market. *Methodology.* The article uses the methods of deduction and induction in the study of the conceptual apparatus, used the methods of synthesis in the analysis of information materials, classification method of types of excursion innovations. *Results.* Scientific novelty is the author's classification of excursion innovations and the developed scheme for introducing an innovative excursion product into the market. The practical result of the article is the materials of a comprehensive analysis of the organization of city excursions in the world and domestic excursion practice and in the regional market of Vladivostok, as well as the proposed innovative model of a multilingual excursion service for a group of tourists.

Keywords: innovation, innovative activity, excursion activity, educational function of the excursion, innovative excursion product, technical innovation, hop-on hop-off excursion, audio guide, competitiveness.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Сегодня экскурсия является важной формой организации учебного процесса, выполняя образовательную, воспитательную и познавательную функции. Экскурсионная же деятельность является неотъемлемой частью туристского

продукта и наиболее актуальным направлением в туризме [1]. Однако, чтобы быть востребованным в условиях конкуренции, любые предприятия индустрии туризма, реализующие экскурсионные услуги, должны постоянно развиваться. Поэтому внедрение инноваций в экскурсионную деятельность является необходимым условием

для повышения конкурентоспособности турпродукта и обеспечения стабильного существования продукта на туристском рынке.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.

Первым, кто ввел термин «инновация» в начале XX века, был американский экономист Й. Шумпетер. Он объединил в единое целое все имеющиеся в распоряжении производителя новшества – материалы, способы производства, возможности внедрения продуктов на рынке, создание новых рынков» [2].

Многие исследователи, такие как В. В. Лиханова, О. А. Лях, С. А. Гуров, М. А. Алексеенко, Н. А. Чирский, Т. А. Хвагина в своих работах рассматривают инновации в туристско-экскурсионной деятельности. Например, авторы В. В. Лиханова и О. А. Лях понимают под инновациями разработки новых экскурсионных маршрутов [3]. С. А. Гуров и М. А. Алексеенко для понимания инновации используют комплекс экскурсионных услуг, применяющих уже освоенные новации и технологий для удовлетворения потребностей экскурсантов [4]. Н. А. Чирский и Т. А. Хвагина предполагают, что инновационный экскурсионный продукт – это новшества, которые используют экскурсоводы для создания уникального экскурсионного маршрута [5]. Ю. А. Матюхина, Е. Ю. Мигунова подчеркивают, что не только новые экскурсии и услуги являются инновационными, но и обновленные традиционные экскурсии [6].

Автор В. С. Новиков предложил классифицировать экскурсионные инновации на 5 типов: продуктовые, технологические, технические, маркетинговые и персональные [7].

Таким образом, внедряя новые подходы к разработке экскурсий, применяя новые технологии проведения экскурсий и используя различные технические новшества, можно получить инновационный туристский продукт. Например, технологические инновационные формы дают возможность экскурсантам активно принимать участие во время проведения экскурсии, а технические инновации позволяют экскурсантам самостоятельно исследовать объекты показа.

Формирование целей статьи.

Цель исследования – обобщение видов экскурсионных инноваций, а также предложение инновационных форм экскурсионного обслуживания с образовательной целью на региональном туристском рынке.

Используемые в исследовании методы, методики и технологии.

В статье применены методы дедукции и индукции при изучении понятийного аппарата, использованы методы синтеза при анализе информационных материалов, метод классификации при структурировании видов экскурсионных инноваций.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

В последнее время стремительно развивался международный туристский бизнес, а экскурсионная деятельность являлась одним из ключевых компонентов туристской индустрии, обеспечивающих доход туристских и экскурсионных фирм и выступающая важной составляющей пребывания туриста в определенной дестинации. 2020 год нанес сокрушительный удар по отдельным направлениям туристского бизнеса, было приостановлено большинство международных туристских программ. При этом тенденции по сокращению антиковидных ограничений, развернутые программы государственной поддержки внутреннего туризма и итоги российского туристского сезона 2020 года дают основания для положительной оценки дальнейших перспектив развития не только внутреннего, но и международного въездного туризма, в том числе экскурсионного [8].

При этом неослабевающая конкуренция заставляет

участников рынка туристских и экскурсионных услуг искать новые компоненты, новые формы и форматы экскурсий [9]. Разработка инновационного экскурсионного продукта подразумевает систематизацию и организацию всех процессов [10]. При создании инновационных экскурсий учитываются исторические, культурные, природные особенности территории, наличие необходимой туристской инфраструктуры и квалифицированных специалистов, уровень жизни населения, а также инвестиционные возможности.

Для внедрения нововведений в экскурсионную деятельность необходимо изучить спрос со стороны потенциальных потребителей посредством проведения анкетирования, маркетинговых исследований, социологических опросов [11].

В настоящее время развитие рынка экскурсионных услуг в условиях жесткой конкуренции должно осуществляться по инновационному пути [12]. Сейчас инновации в экскурсионной деятельности развиваются в следующих направлениях (таблица 1):

Таблица 1 – Характеристика экскурсионных инноваций

Вид инновации	Характеристика	Пример
Продуктовые	Создание и продвижение новейшего турпродукта, а именно экскурсий различных тематических направлений и форм	Квест-экскурсии, экскурсии по крышам зданий, по заброшенным зданиям
Технологические	Внедрение нового или улучшенного метода проведения экскурсии	Интерактивные, анимационные и виртуальные экскурсии, hop-on hop-off экскурсии
Технические	Использование IT-технологий и технических устройств	Аудиогид, QR-коды, GPS-экскурсовод, радиогид
Организационно-управленческие	Организация экскурсионной деятельности с помощью новейших систем	Использование CRM-систем
Маркетинговые	Использование новых форм продвижения, позволяющих привлекать новых целевых потребителей	– Продвижение в социальных сетях: Тик Ток, Инстаграм; – Проведение музейных акций: «Ночь в музее»

Составлено авторами по [13-15]

Согласно данным таблицы, можно сделать вывод, что в настоящее время существуют различные инновации, которые можно применить к экскурсионной деятельности. Стоит отметить, что инновационные экскурсии могут включать в себя одну или несколько видов инноваций.

Экскурсия как одна из форм становления культурно-образовательного уровня личности развивает исторические знания, формирует устойчивый интерес у населения к территории, расширяет кругозор. В особенности обзорные городские экскурсии, которые дают первичные сведения о территории, формируют представление об истории, традициях, достопримечательностях и культурных особенностях, экономических, политических и социальных аспектах.

Если рассматривать обзорные городские экскурсии с инновационной точки зрения, то стоит отметить такой вид обзорных экскурсий, как Hop-on Hop-off, что дословно переводится с английского как «заскочить-выскочить», который содержит в себе как технологические инновации, то есть экскурсия, как правило, проводится на двухэтажном автобусе по определенному маршруту с заранее установленными остановками около основных достопримечательностей города, так и технические инновации – экскурсионные автобусы оснащены аудиогидами на иностранных языках.

При подготовке материала был проведен анализ экскурсионной деятельности в ведущих туристских центрах, в ходе которого было установлено, что практика организации регулярных обзорных экскурсий с использованием аудиогидов на различных языках опирается на ряд стандартизированных процедур.

Как правило, Hop-on hop-off экскурсии предоставляют 2 крупные компании – Сити Тур (City Tour) и Бас Туристик (Bus Turistic). На примере организации Hop-on hop-off экскурсий в крупнейших туристских городах Барселона, Париж и Рига установлено, что аудиогиды предлагаются на 10-11 языках, средняя продолжительность экскурсии составляет 2 часа, интервал между прибытием автобусов колеблется от пяти до двадцати минут. При этом на самих маршрутах отсутствует гид,

как сопровождающее лицо, экскурсионное сообщение осуществляют только аудиогиды [16-18]. Напротив, в Лондоне на регулярных экскурсиях работает англоговорящий гид без аудиогид-сопровождения [19].

В России происходит только начальное становление организации Hop-on hop-off экскурсий. Авторами были исследованы технологии экскурсионного обслуживания в таких крупных городах, как Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Казань, Ярославль, Нижний Новгород и Калининград [20-24].

Что касается Владивостока, в настоящее время в городе отсутствуют организованные, легкодоступные и интуитивно понятные для иностранных туристов обзорные экскурсии, что значительно снижает туристскую привлекательность и интерес к городу. Необходимо создавать комфортные условия и обеспечить качественное экскурсионное обслуживание для иностранных туристов во время использования экскурсионных услуг. Во Владивостоке только начинается активное внедрение инноваций в экскурсионную деятельность, однако, на данный момент, Владивостокские турфирмы пока еще не предлагают обзорные экскурсии с использованием аудиогидов на иностранных языках.

Таким образом, чтобы повысить конкурентоспособность экскурсионных услуг на туристском рынке г. Владивостока, можно использовать такую инновационную форму, как внедрение регулярных обзорных экскурсий с применением аудиогuida на 4-х иностранных языках (английский, японский, корейский и китайский).

Город Владивосток является туристским центром Дальнего Востока России, позиционируется как «Восточный город с русским лицом» и «Восточные морские ворота России» [25]. По данным мониторинга администрации Приморского края поток туристов, размещенных в коллективных средствах размещения в городе без учета индивидуальных средств, увеличился за период 2017-2019 годы с 1231 тыс. человек до 1512 тыс. человек (прирост 22,8%). В структуре туристского потока распределение по основным сегментам в 2019 году:

- российские туристы 56,8%;
- иностранные туристы 43,2%.

По итогам мониторинга 2018 года экскурсионные траты иностранных туристов составили от 1594 руб. до 2335 руб., российских туристов – от 423 руб. до 991 руб.

При этом для каждого туриста, посещающего Приморский край и город Владивосток, первоочередная востребованность в знакомстве с городом заключается в посещении ключевых мест туристского показа: железнодорожного вокзала, имеющего историческую ценность, площади Борцам за власть Советов, стелы «Город Воинской славы», Триумфальной арки цесаревича Николая, проспекта Красоты, Маяка «Токаревская кошка». Также туристов безусловно интересует проезд по «Золотому мосту» и «Русскому мосту», посещение острова Русский и видовых площадок города, открывающих красивые морские виды, получившие самые высокие не только российские, но и мировые рейтинги [26].

Преимуществами данных экскурсий являются:

- 1) Возможность одновременного полиязычного экскурсионного обслуживания для иностранных и российских туристов;
- 2) Свободная комплектация групп и возможность присоединения к экскурсии непосредственно в месте формирования групп (Железнодорожный вокзал и Центральная площадь);
- 3) Регулярный и гарантированный характер предоставления экскурсий по установленному расписанию.
- 4) Минимизация туристских трат с использованием технологии смешанного полиязычного обслуживания.
- 5) Возможность расширения технологии экскурсионного обслуживания на основе организации Bus Turistic, широко используемых в туристской практике мировых туристских центров.

Принципиальным техническим инновационным устройством для проведения обзорных экскурсий по предложенной технологии является аудиогид.

Аудиогид, или аудиоэкскурсия – это альтернатива экскурсоводу, используемая в ходе экскурсионных программ. Применение аудиогuida является достаточно новой инновационной формой обслуживания экскурсантов, при которой используется фонограмма с текстом экскурсии и устройство для воспроизведения этого текста [27].

На основе комплексного анализа аудиогидов, предложенных на рынке, нами были выделены наиболее важные характеристики:

- аудиогид плеер с ручным выбором номера аудио-файла (отдельной кнопкой выбирается язык экскурсии);
- время непрерывного воспроизведения от одного заряда аккумулятора 15 часов, что в реальной эксплуатации позволяет работать 3-4 дня;
- встроенная память 8 Гб, 9999 треков;
- наушник для аудиогuida пластиковый, моно на одно ухо, разъем миниджек, длина кабеля 90 см;
- зарядное устройство для аудиогидов. Питание от сети 220В. Одновременная зарядка 10 аудиогидов из полного разряда за 2 часа;
- наличие кейс-сумки для хранения и переноски аудиогидов [28].

Использование маркетинговой стратегии необходимо при планировании, разработке и внедрении инноваций в туристско-экскурсионную деятельность. Основная цель маркетинга в туризме – обеспечить поддержку перспективных инновационных решений, учитывая нужды потенциальных потребителей экскурсионного продукта [5].

С учетом специфики развития инновационной деятельности, нами была предложена технологическая схема внедрения инновационного экскурсионного продукта с использованием аудиогuida (рисунок 1).

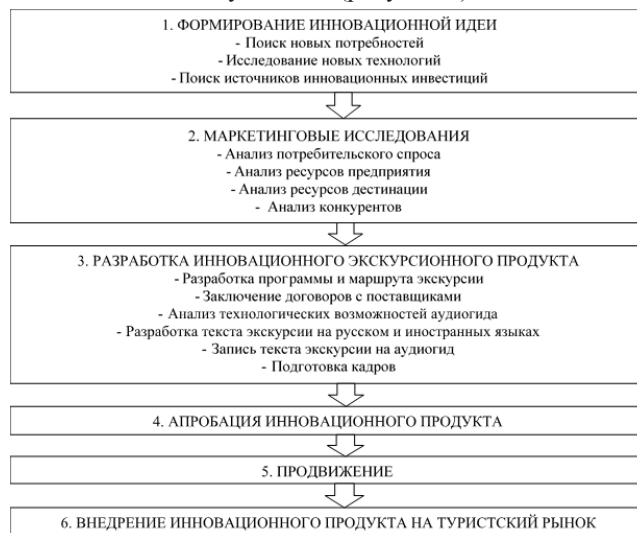


Рисунок 1 – Схема внедрения инновационного экскурсионного продукта на рынок

Составлено авторами

На схеме представлен процесс разработки и внедрения экскурсионного продукта с применением аудиогuida на рынок. Путь от формирования инновационной идеи до реализации состоит из 6 пунктов, которые можно объединить в три основных этапа.

На начальном этапе происходит сбор и анализ исходных данных, выявляются потребности в инновационном продукте, определяются необходимые ресурсы для создания данного продукта.

На втором этапе проектирования экскурсионного продукта определяется структура туристского продукта, анализируется и разрабатывается необходимое оборудование для реализации данного продукта, и затем выпол-

няется разработка сметы реализации турпродукта.

На последнем этапе выполняется апробация завершённого турпродукта, его продвижение и реализация на рынке.

Полученный инновационный продукт выступает как товар на рынке, обладающий жизненным циклом, существование которого зависит от потребительского спроса [29].

Сравнение полученных результатов с результатами других исследований.

В последнее время изучением внедрения инноваций в различные сферы деятельности, в особенности в сферу услуг, занимались многие исследователи. Так, С.А. Гуров предложил классифицировать экскурсионные инновации по 3 критериям: по носителю инновационного процесса, степени радикальности и глубине вносимых изменений [4]. Результатами нашего исследования являются авторская классификация экскурсионных инноваций по их виду и разработанная схема внедрения инновационного экскурсионного продукта с использованием аудиогидов на рынок. Практическим результатом являются материалы комплексного анализа организации городских обзорных экскурсий в мировой и отечественной практике и на региональном рынке г. Владивостока. Обоснована необходимость создания городских обзорных экскурсий по г. Владивостоку с использованием технических и технологических форм экскурсионных инноваций.

Выводы исследования и перспективы дальнейших исследований данного направления.

По результатам проведенных исследований было выявлено, что в последнее время наблюдается внедрение новых элементов экскурсионного обслуживания.

В процессе исследования были выделены и обобщены основные виды инноваций в экскурсионной деятельности: продуктовые, технологические, технические, организационно-управленческие и маркетинговые.

Инновационные формы экскурсионной деятельности обеспечивают гибкость образовательного процесса, вовлекая участников экскурсии в сам процесс, тем самым вызывают интерес к изучению истории, культуры, традиций своей страны.

Мировой и отечественный опыт создания и внедрения новых форм инноваций в туристско-экскурсионную сферу доказывает, что инновации необходимы для обеспечения стабильного существования продукта на туристском рынке. Они направлены на формирование новых уникальных туристских услуг, повышающих уровень конкурентоспособности этого продукта, как на внутреннем, так и на мировом туристском рынке.

Таким образом, в г. Владивостоке целесообразно использовать технические и технологические формы экскурсионных инноваций, которые заключаются в проведении регулярных автобусных экскурсий с использованием аудиогидов на иностранных языках (английский, японский, корейский, китайский). Такие инновации позволяют улучшить качество экскурсий, привлечь новых потенциальных потребителей и повысить конкурентоспособность на рынке туристских услуг. Дальнейшим направлением исследования будет являться изучение возможностей внедрения инновационного продукта на рынок г. Владивостока, а также разработка экскурсионных маршрутов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Басович С.Ю. Тенденции развития экскурсионной деятельности: картографическое сопровождение квест-экскурсий / С.Ю. Басович // Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2018. С. 36-40.
2. Занько Е.А. Инновации в сфере экскурсионного туризма / Е.А. Занько // Актуальные проблемы профессионального образования в Республике Беларусь и за рубежом. Материалы IV Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. 2017. С. 114-116.
3. Лях О.А. Инновации в экскурсионной деятельности / О.А. Лях, В.В. Лиханова // Ученые записки Байкальского государственного университета. 2017. № 3. С. 160-168.
4. Гуров С.А. Инновации в экскурсионном бизнесе / С.А. Гуров, М.А.

Алексеев // Бизнес и дизайн ревю. 2019. № 2 (14). С. 1-10.

5. Чирский Н.А. Инновации в экскурсионной деятельности – [Электронный ресурс] / Н.А. Чирский, Т.А. Хагина // Туризм и гостеприимство. – 2015. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-ekskursionnoy-deyatelnosti>

6. Матюхина Ю.А. Экскурсионная деятельность / Ю.А. Матюхина, Е.Ю. Мизунова. – М.: Альфа-М: Инфра-М, 2011. 224 с.

7. Новиков В.С. Инновации в туризме / В.С. Новиков. – М.: Изд. центр «Академия», 2007. 207 с.

8. Tourist arrivals down 87% in January 2021 as UNWTO calls for stronger coordination to restart tourism // UNWTO [Official site]. URL: <https://www.unwto.org/news/tourist-arrivals-down-87-in-january-2021-as-unwto-calls-for-stronger-coordination-to-restart-tourism>

9. Крюкова Е.Н. Фактор конкурентоспособности в организациях индустрии туризма / Е.Н. Крюкова, Е.Н. Егорова // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2016. Т. 9. № 1. С. 244-250.

10. Liao, Z., Shi, X. Web functionality, web content, information security, and online tourism service continuance. Journal of Retailing and Consumer Services, 39, 2017, pp. 258-263.

11. Anna S. Matveevskaya, Victoria L. Pogodina, Tamara S. Tarakanova, Vladimir V. Evseev, Irina E. Nesterova, Technologies of Tourism in the Modern Urban Environment, International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET), 9(10), 2018, pp. 1566-1574.

12. Мухоморова И.В. Инновационное и традиционное развитие экскурсионной деятельности: отечественный и зарубежный опыт / И.В. Мухоморова // Роль и место информационных технологий в современной науке. 2018. С. 81-83.

13. Xu, F., Tian, F., Buhalis, D., Weber, J., Zhang, H. Tourists as Mobile Gamers: Gamification for Tourism Marketing. Journal of Travel and Tourism Marketing, 33, 2016, pp. 1124-1142.

14. Parra-López, E., Bulchand-Gidumal, J., Gutiérrez-Taño, D., Díaz-Armas, R. Intentions to use social media in organizing and taking vacation trips. Computers in Human Behavior, 27 (2), 2011, pp. 640-654

15. Hoadjli, A., Kazar, O., Rezeg, K. A layered design approach for mobile tourism. ICIT 2017 - 8th International Conference on Information Technology, 2017, pp. 110-115.

16. Hop on Hop off Barcelona // Barcelona Bus Turistic [Official site]. URL: <https://www.barcelonabusturistic.cat/en>

17. Discover Paris with the best Hop-On Hop-Off Tour // City Sightseeing [Official site]. URL: <https://city-sightseeing.com/en/41/paris>

18. Discover Riga with the best Hop-On Hop-Off Tour // City Sightseeing [Official site]. URL: <https://city-sightseeing.com/en/151/riga>

19. HOP-ON, HOP-OFF LONDON BUS TOURS // BIGBUS LONDON [Official site]. URL: <https://www.bigbustours.com/en/london/hop-on-hop-off-london/>

20. Лучшие городские экскурсии на двухэтажном автобусе [Электронный ресурс] / CitySightseeing Russia. – Режим доступа: <http://city-sightseeing.ru/>

21. Увлекательные истории о любимом городе [Электронный ресурс] / Сити Тур Санкт-Петербург. – Режим доступа: <https://citytours.spb.ru/>

22. Автобусный тур по Ярославлю [Электронный ресурс] / Сити Тур Ярославль. – Режим доступа: <https://yarslavl-citytour.com/>

23. POINT Kaliningrad – всегда на точке [Электронный ресурс] / Point Kaliningrad. – Режим доступа: <https://pointkaliningrad.ru/>

24. Обзорные экскурсии по Сочи [Электронный ресурс] / Матрешки Сочи. – Режим доступа: <http://sochi-matryoshki.ru/>

25. Метляева Т.В. Исследование особенностей формирования имиджа г. Владивостока (социокультурный аспект) / Т.В. Метляева // Территория новых возможностей // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2016. С. 204-211.

26. Гомилевская Г.А. Формирование туристской идентичности г. Владивостока в контексте бренда: «Владивосток – морские ворота России» / Г.А. Гомилевская, Ю.В. Дмитриенко // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2016. С. 142-152.

27. Быкова В.А. Создание и использование аудиогидов в экскурсионной практике / В.А. Быкова // Возможности развития краеведения и туризма сибирского региона и сопредельных территорий. 2019. С. 207-209.

28. Почему аудиогиды «Экспонима» [Электронный ресурс] / Экспоним. – Режим доступа: <http://www.exponim.ru/>

29. Жираткова Ж.В. Организация экскурсионной деятельности: учебник и практикум для вузов / Ж.В. Жираткова, Т.В. Рассохина, Х. Ф. Очирова. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. 189 с.

Статья поступила в редакцию 07.04.2021

Статья принята к публикации 27.08.2021