

Сираковская Яна Вадимовна

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Российский университет спорта «ГЦОЛИФК»

г. Москва

Ильичева Ольга Владимировна

канд. биол. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Московская государственная академия физической культуры»

г. Москва

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА: АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫГОД И РИСКОВ ДЕВАЛЬВАЦИИ МЕТОДИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ

***Аннотация:** в статье рассматривается существующее противоречие процесса коммерциализации спортивно-оздоровительного туризма. Анализируется трансформация отрасли из субкультуры самостоятельных путешествий в сектор рыночной экономики. Выявлены положительные макроэкономические эффекты, такие как создание рабочих мест, развитие инфраструктуры и импортозамещение. Одновременно исследуются деструктивные тенденции, связанные с девальвацией методической базы, снижением квалификационных требований к гидам-инструкторам и подменой спортивной цели развлекательной. Предложена модель государственно-частного партнерства, направленная на сохранение методической чистоты спортивного туризма при сохранении его коммерческой привлекательности.*

***Ключевые слова:** коммерциализация туризма, спортивный туризм, квалификационные требования, гид-инструктор, безопасность, девальвация методики, экономическая эффективность, самостоятельный туризм.*

В последние десятилетия спортивно-оздоровительный туризм в России претерпел фундаментальную трансформацию, перейдя от модели самостоятельных клубов и секций к доминированию коммерческого сектора. Если ранее доступ к сложным маршрутам был обусловлен прохождением системы спортивных

разрядов и категорийных походов, то сегодня ключевыми факторами стали платежеспособность потребителя и маркетинговая активность туроператоров. Актуальность исследования обусловлена возникновением системного конфликта между экономической целесообразностью (максимизация прибыли) и методологической безопасностью (сохранение традиций подготовки и жестких стандартов), что создает новые угрозы для жизни и здоровья участников.

Коммерциализация спортивного туризма имеет выраженные положительные эффекты для национальной экономики. Прежде всего, это превращение спорта из дотационной статьи бюджета в прибыльную индустрию. Развитие коммерческих туров стимулирует малый и средний бизнес в регионах: строительство модульных отелей (глэмпингов), развитие транспортной логистики в труднодоступных районах (например, заброска на вертолетах в Долину гейзеров или на плато Путорана) и создание сетей проката качественного снаряжения. Это способствует импортозамещению и росту внутреннего потребления. Кроме того, налоговые отчисления от туристской деятельности позволяют финансировать содержание национальных парков и маркировку троп, что было невозможно в рамках исключительно бюджетного финансирования.

Однако оборотной стороной рыночной эффективности становится девальвация методической составляющей. В самодеятельном туризме существовал жесткий фильтр: участник должен был обладать знаниями, а руководитель – опытом, подтвержденным маршрутно-квалификационной комиссией (МКК). В коммерческом туризме этот фильтр заменяется маркетинговым обещанием «доступности для всех». Возникает феномен «пакетного экстрима», где сложные технические препятствия (восхождения, бурные реки) продаются как потребительский товар с гарантией результата.

Наиболее критическим риском является деградация института инструкторства. В условиях кадрового голода и высокой конкуренции турфирмы нанимают так называемых «псевдогидов» – людей, обладающих хорошей физической формой и навыками самопрезентации, но не имеющих системного образования, опыта спасательных работ и понимания физиологии группы. Экономическая

мотивация гида вступает в прямой конфликт с требованиями безопасности: инструктор боится развернуть группу при ухудшении погоды или плохом самочувствии участников, так как клиенты заплатили за «восхождение любой ценой» или «финиш гонки». Это приводит к трагедиям, когда ради красивых фотографий в соцсетях люди с минимальной акклиматизацией отправляются на вершины свыше 5000 метров.

Происходит подмена понятий: спортивный туризм, целью которого является преодоление себя и совершенствование навыков, превращается в «активный отдых», где целью является потребление впечатлений. Маршруты упрощаются, технически сложные участки обходятся, а автономность заменяется комфортом (носильщики, повара, спутниковая связь для заказа еды). Это формирует у туриста ложное чувство компетентности, которое становится фатальным при попытке совершить самостоятельное путешествие вне рамок коммерческого тура.

Для решения данного противоречия предлагается внедрение модели функционального саморегулирования отрасли через механизмы профессиональной аттестации и цифровую прозрачность. Вместо прямого административного давления со стороны государственных ведомств, основную регулятивную роль должна взять на себя саморегулируемая организация (СРО) в сфере активного туризма, объединяющая добросовестных туроператоров.

Государство в лице профильных комитетов и федераций делегирует СРО право допуска на рынок, оставляя за собой функцию контроля за соблюдением базовых стандартов безопасности. Бизнес-сообщество через СРО самостоятельно разрабатывает и внедряет Единый профессиональный стандарт гида-проводника, который становится обязательным условием для работы легальной компании. Этот стандарт должен включать не только технические навыки, но и протоколы оказания первой помощи, а также психологическую устойчивость.

Инструментом контроля выступает Обязательный цифровой реестр аттестованных специалистов и коммерческих групп. Перед выходом на маршрут любой легальный организатор обязан в режиме онлайн зарегистрировать состав группы, квалификацию лидера и нитку маршрута в единой информационной системе

(например, интегрированной с платформами МЧС России). Это исключает появление «серых» гидов, так как отсутствие регистрации в реестре автоматически лишает компанию права на легальную деятельность и страховое покрытие.

Таким образом, бизнес берет на себя ответственность за качество методики и подготовку кадров, чтобы сохранить репутацию и доступ к рынку, а государство обеспечивает законодательную базу и надзор за соблюдением правил игры, не вмешиваясь в операционную деятельность компаний. Такой подход позволяет избежать бюрократизации и при этом гарантирует, что коммерческая выгода не будет поставлена выше методической безопасности.

Выводы. Коммерциализация является неизбежным и в целом позитивным этапом развития спортивно-оздоровительного туризма, обеспечивающим его массовость и инфраструктурный рост. Однако без жесткого государственного регулирования квалификационных требований к персоналу и стандартизации маршрутов рыночные механизмы неизбежно приведут к деградации методической базы и росту аварийности. Будущее отрасли лежит в синтезе эффективного менеджмента и незыблемости спортивных принципов безопасности, где экономическая выгода никогда не ставится выше человеческой жизни.

Список литературы

1. Константинов, Ю. С. Педагогика и экономика спортивного туризма : монография / Ю. С. Константинов. – Москва : Советский спорт, 2021. – 288 с.
2. Киседобрев, В. П. Менеджмент в спортивном туризме : учебное пособие / В. П. Киседобрев. – Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 152 с.
3. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма : учебное пособие / А. В. Бабкин. – Москва : Советский спорт, 2022. – 256 с.
4. Захаров, Ю. А. Безопасность в спортивном туризме и ориентировании : учебное пособие / Ю. А. Захаров. – Москва : Физическая культура, 2019. – 160 с.