

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КИНОТУРИЗМА В РОССИИ

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 5 курса 541 группы

Направления 43.03.02 «Туризм»

Института истории и международных отношений

Шарковой Евгении Викторовны

Научный руководитель:
доцент кафедры туризма
и культурного наследия,
к.э.н., доцент

Е.А. Нацыпаева

Заведующий кафедрой туризма
и культурного наследия,
д.э.н., профессор

Т.В. Черевичко

Саратов 2022

Введение

Актуальность темы

Сегодня кинотуризм становится популярным, а Россия благодаря своим особенностям и уникальным туристским локациям использованных в кинематографе предоставляет широкие возможности для его развития. На сегодняшний день развитие кинотуризма на территории России, является одним из перспективных направлений социально-экономического развития региона.

В России большое количество культурно-исторических мест, которые попали в кинематограф. Особенно это касается Москвы и Санкт-Петербурга, Республике Крым и Мурманской области, которые использовались кинематографистами в разных жанрах за последние столетия. Например, среди достопримечательностей Санкт-Петербурга, которые попали в большинство современных фильмов, узнаваемые памятники архитектуры: Исаакиевский или Казанский собор, Дворцовая площадь с Зимним дворцом, знаменитые Ростральные колонны, мост с грифонами через канал Грибоедова. В данных условиях необходим комплексный анализ потенциала локаций из кинофильмов, определение перспектив его использования.

Теоретическую основу работы составляют труды следующих зарубежных и российских учёных: Vlaha D., Roesch S., Кляп М.П., Шандор Ф.Ф., Beeton S., Boorstin D., Nahm J., Wang Y., Маликов В., Шаромов А. и других.

Цель выпускной квалификационной работы – анализ теоретических и методологических основ кинотуризма, перспектив его развития в России и разработка программы тура «Искусство кино» в Санкт-Петербурге.

Для решения поставленной цели сформулированы следующие задачи:

1. Изучить сущность понятия «кинотуризм».
2. Проанализировать возможности брендинга территорий через кино и кинотуризм, а также влияние маркетинговой деятельности дестинации на развитие кинотуризма.
3. Выявить проблемы и перспективы кинотуризма в России и

охарактеризовать потенциал России с позиций развития кинотуризма.

4. Осуществить анализ предложений в сегменте кинотуризма в России.

5. Выявить возможные стратегии развития дестинаций через кинотуризм в России.

6. Разработать программу тура «Искусство кино» в Санкт-Петербурге.

Объектом выпускной квалификационной работы является Санкт-Петербург как туристская дестинация.

Предметом выпускной квалификационной работы являются возможности развития кинотуризма в Санкт-Петербурге.

Методологическую основу работы составляют общенаучные (гипотеза, анализ, синтез, индукция, дедукция) и социологические методы (опрос).

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и приложений. В первой главе проводится анализ теоретико-прикладных основ кинотуризма, рассмотрены основные понятия и факторы, влияющие на развитие кинотуризма. Во второй главе проведен анализ проблем и перспектив развития кинотуризма в России: потенциал, перспективные предложения в сегменте кинотуризма и возможные стратегии развития дестинаций через кинотуризм. В третьей главе разработан проект кинотура в Санкт-Петербурге.

Основное содержание выпускной квалификационной работы бакалавра.

Первая глава «Теоретические основы исследования кинотуризма» посвящена изучению теоретических основ сущности понятия «кинотуризм», проанализированы возможности брендинга территорий через кино и кинотуризм, а также влияние маркетинговой деятельности дестинации на развитие кинотуризма.

Под кинотуризмом подразумевается разновидность туризма, целью которого является посещение местности, связанной с теле- и киноиндустрией.

Изучение кинотуризма берет свои истоки с 1960-ых годов, когда в своем критическом эссе «От Путешественника до Туриста» Дэниэль Бурстин выдвинул гипотезу, что в мире есть много чудес, которые благодаря магии кинозритель захочет увидеть своими собственными глазами. Более подробным исследованием феномена занялись Карлтон Ван Дорен и Роджер Райли которые решили изучить как выход популярного фильма может изменить посещение той или иной локации. Они доказали гипотезу, что кино на самом деле является весомым элементом в формировании привлекательности территории и привлечению туристов.

История возникновения кинотуризма началась относительно недавно, а за последние десять лет он стал одной из туристических тенденций.

Самая большая сложность в исследовании кинотуризма - это невозможность определить, будет ли кино являться основным фактором посещения места или нет, то есть может ли быть кинофильм достаточным аргументом для посещения тех или иных локаций.

Продвижение через кино может стать перспективной сферой в развитии туризма и брендинга территорий. В целом преимущество развития кинотуризма выражается в увеличении количества туристов, что положительно отражается на местной экономике. Также кинотуризм может играть роль фактора решающего проблемы сезонности и превратить дестинацию в круглогодичную.

Стратегический и комплексный брендинг может менять как образ территории, так и представления о данной территории у туристов. При упоминании брендинга через кинофильмы, нужно учитывать несколько факторов и важных моментов, которые напрямую связаны с успешностью данного явления:

- насколько популярна данная локация для кинопроизводителей (то есть насколько много кинофильмов было снято/снимаются в данной локации);
- насколько эту локацию можно использовать для продвижения;
- насколько популярен фильм, в котором данная локация выделяется.

Ключевым фактором, влияющим на кинотуризм является маркетинговая деятельность дестинации. Целевые маркетинговые организации часто не могут быть избирательными в отношении производимых фильмов, но они могут быть активными в продвижении своих услуг кинопроизводителям.

Производство фильмов оказывается полем деятельности не только для работников киноиндустрии, но и для специалистов по региональному развитию. Ради создания рабочих мест и стимулирования местной экономики некоторые страны создают особые условия для производителей кино, чтобы те выбрали местные кинолокации. В качестве посредников между кинокомпаниями и государством выступают кинокомиссии. Кинокомиссия — это некоммерческая организация, призванная обеспечить производителей аудиовизуальной продукции всей информацией для съемок в конкретном месте (городе, регионе). Принимающий регион может предлагать производителям частичный возврат средств, налоговые льготы или субсидии. Реализацией этого тоже занимаются кинокомиссии.

Наиболее распространенными видами стимулов являются программы облегченного налогообложения, грантовая поддержка, субсидии.

Главным преимуществом кинотуризма для дестинации является атрактивность данной дестинации не только для туристов, но и для местных жителей, бизнес-сообществ, властей, которые хотят развивать данное место. Также происходит трансляция ценностей места и возможность привлечения инвесторов для развития дестинации через кинотуризм.

В современном мире на все более конкурентном и переполненном рынке размещение дестинации в фильмах и телешоу являются привлекательным маркетинговым средством, которое повышает осведомленность, улучшает имидж дестинации и приводит к значительному увеличению числа туристов, добиваясь успеха там, где традиционные маркетинговые усилия не могут этого сделать. Значительный вклад вносит развитие кинотуризма в экономику стран, принося несомненную выгоду представителям индустрии гостеприимства и туризма (отели, туристические агентства), объектам культуры (музеям, галереям), а это значит дестинациям предоставляется возможность генерировать значительный прирост доходов, туристических визитов и экономического роста. Развитие кинотуризма делает дестинацию своеобразной, дает запоминающуюся индивидуальность, а также привлекает инвесторов. Стоит отметить, что активнее всего процессы идут в тех странах, в которых целенаправленно занимаются продвижением конкретных мест и маршрутов, связанных с киноиндустрией.

В рамках второй главы «Анализ разработки туристического направления в сегменте кинотуризма в России» рассмотрены проблемы и перспективы развития кинотуризма на территории Российской Федерации. Проанализированы российские города с точки зрения наличия направлений развития кинотуризма.

Кинотуризм в России явление довольно новое и все еще недостаточно популярное. Тут очевидно влияет тот факт, что русское (российское) кино в виду языка и некоторой культурной изоляции (СССР) не настолько популярно на западе. Да, знаменитые фильмы, такие как «Москва слезам не верит» и «Война и Мир» выиграли Оскар и смогли собрать неплохие сборы в Америке и Европе, но данные фильмы куда более популярны в России и в странах бывшего СССР, чем за рубежом. Для того чтобы проиллюстрировать это можно сравнить, два самых популярных киногорода России – Санкт-Петербург и Москву.

Романтический образ Санкт-Петербурга создается благодаря таким кинофильмам, как «Петербург только по любви», «В ожидании чуда», «Питер

Fn», «Серебряные коньки», «Лето». Санкт-Петербург из города криминального превратился в город романтический. Также это площадка для исторически значимых фильмов, таких как «Тайны Дворцовых переворотов» и «Дуэлянты». То есть можно смело предположить, что образ города у потенциального туриста создается довольно устойчивый.

Москва в этом отношении город куда более многоликий: мы видим ее как сложный мегаполис в «Духлесе», серой и мрачной в хите независимого проката «Нелюбви» и солнечной в «Хорошем мальчике» и «Про любовь». Тут и фантастические блокбастеры – «Притяжение», и фильмы катастрофы – «Метро», и обыкновенные истории.

Если рассматривать ситуацию в регионах, то в целом, она пока не оптимистична, ведь для того, чтобы продвигать территорию и развивать локацию, нужны фильмы, которые бы продвигали образы территорий. Государство, осознав важность возможности продвижения через кинофильмы, в 2016 году презентовало проект так называемых «рибейтов» или налоговых льгот (возврат из бюджета региона через специально созданные кинокомиссии части понесенных затрат производителя кино или телесериала за съемки на своей территории), которые выдавались бы кинематографистам при съемках фильмов в определенных субъектах страны. Пока данные льготы действуют в Приморском крае и в Калининградской области, но в скором времени еще девять регионов подключаться к проекту. Некоторым регионам, например, Крыму, в виду богатого кинонаследия, это будет сделать куда проще, чем, например, Новосибирской области. Но в целом кино имеет хорошие перспективы с точки зрения создания туристского потенциала аудитории.

В настоящее время в России существуют два типа кинокомиссий – работающие с рибейтом, а также региональные инициативные творческие группы, занимающиеся административной и организационной поддержкой. К первому типу относятся кинокомиссии Приморского края, Калининградской, Ульяновской, Вологодской, Новгородской, Иркутской областей и Пермского края (с ноября 2019 года). Ко второму типу – кинокомиссии в Москве, Астрахани, Туле, Крыму, Карелии, Татарстане, Башкортостане, Архангельске.

Кинотуризм в России находится на стадии зарождения. На данный момент отсутствует единая платформа, где можно посмотреть все геолокации мест, где снимали отечественные фильмы. Присутствует низкая заинтересованность и слабость российской кинокультуры для экспорта. В России путешествия по местам съемок популярных фильмов рассматривается только как альтернативный способ проведения досуга. На данном этапе недостаточный профессионализм российского маркетинга и PR влияет на слабую популяризацию кинотуризма. К одним из негативных факторов относится плохое информационное окружение о России в мире. Информация о стране появляется во время газового кризиса или других конфликтных ситуаций. PR России построен на кризисных ситуациях.

По информации ведомства, которое проанализировало 410 российских фильмов за последние двадцать лет, по большей части картин упоминания мест съемок не было найдено вообще. И только восемь кинофильмов породили последующую туристическую историю. Это такие картины, как «Брестская крепость», «Высоцкий. Спасибо, что живой», «Географ глобус пропил», «Записки экспедитора тайной канцелярии», «Левиафан», «Орда», «Питер FM», «Территория».

Россия уступает странам с более популярными кинематографическими дестинациями по уровню кинотуризма, но имеет предпосылки к его развитию, что выявлено путем анализа наиболее популярных российских фильмов. Ареалы кинотуризма формируются в Москве, Санкт-Петербурге, республике Крым, Краснодарском крае, Мурманской области. Кинотуризм может стать весомым фактором развития отдельных территорий, особенно периферийных.

Россия обладает достаточными возможностями для развития кинотуризма, имеются все предпосылки для этого: инвестиционные регионы, поддержка специальных видов туризма, рекреационный потенциал для развития изучаемого вида туризма, необходимая инфраструктура и кадровый потенциал.

Значительную роль в формировании кинотерриторий играют кинокомиссии - некоммерческие организации, создаваемые по инициативе и

при участии государственных региональных администраций, оказывающих поддержку медиагруппам для съемок в соответствующем регионе. Задача кинокомиссии предоставлять наиболее полную информацию о кинопроизводстве на территории: места съемок, аренда съемочной техники, разрешения на съемку различных объектов, местный персонал и актеры, помощь в получении рибейтов. В функции кинокомиссий входит совместно с государственными органами власти формирование особой бизнес среды, способствующей привлечению новых членов и внешних кинокомпаний.

Россия имеет огромный потенциал для развития кинотуризма, но пока не в полной мере использует свои возможности. В России есть много съемочных площадок, и кинопутешественникам есть что показать. В последние годы Россия старается выйти на так называемый рынок локаций, старается наладить работу национальной и региональных кинокомиссий, продвинуть свои места съемок для отечественных и международных проектов. Ареалы кинотуризма формируются в Москве, Санкт-Петербурге, республике Крым, Краснодарском крае, Мурманской области. Особенно важно изучать факторы, которые способствуют повышению привлекательности территорий для съемок кинофильмов и последующего развития кинотуризма. В перспективе кинотуризм позволит вывести на новый уровень отдельные локации и регионы России, став значимым источником доходной части бюджета.

В третьей главе «Разработка программы тура «Искусство кино» в Санкт-Петербурге» была разработана программа тура «Искусство кино» (г. Санкт-Петербург), также произведена калькуляция стоимости тура.

В настоящее время на рынке России достаточно широкое предложение туров и программ в Санкт-Петербург, и спрос на них также высокий. Многие туристы хотят посетить Санкт-Петербург не один раз, что позволяет разрабатывать и продвигать туры и программы в Санкт-Петербург в рамках разных видов туризма. В данной работе будет осуществлена разработка программы тура в Санкт-Петербург в рамках кинотуризма.

Опираясь на результаты исследования, проведенного в первой и второй главах работы, мы разработали авторский кинотур по Санкт-Петербургу.

Для получения необходимой информации о предпочтениях целевой аудитории автором был проведен экспресс-опрос среди граждан, живущих в разных городах РФ, для выявления спроса на кинотуры. Исследования потребительского спроса на туры в северную столицу показали, что Санкт-Петербург остается востребованным направлением. Туристы, посещающие этот город не в первый раз готовы изучать новые виды туризма, такие как кинотуризм. В основе разрабатываемой программы тура будет лежать фильм «Прогулка». Название тура - «Искусство кино». Идея тура заключается в том, чтобы туристы привезли с собой не только впечатление от путешествия, но и фильм со своим участием на фоне панорамы города, его достопримечательностей и прочих интересных объектов. Тур создан для любителей кино и театра, для людей, знающих толк в киноискусстве и мечтающих оказаться на месте своих любимых киногероев.

В программу тура также будут включены тренинги и мастер-классы, в рамках которых туристов познакомят с тонкостями съемок фильмов, правилами игры на сцене, поставят речь.

Программа тура «Искусство кино» рассчитана на группу из 3 человек, предусматривает продолжительность 4 дня/3 ночи, посещение достопримечательностей Санкт-Петербурга по фильму «Прогулка».

Целями кинотура по Санкт-Петербургу являются:

- знакомство с киноиндустрией России, ее особенностями на основе съемки;
- обучение актерскому мастерству;
- изучение Санкт-Петербурга как туристической дестинации с точки зрения кинопроизводства;
- съемка короткометражного фильма по мотивам кинокартины «Прогулка».

Транспорт по маршруту: передвижение на пассажирском минивэне.

Договорные отношения по размещению туристов будут заключены с гостиницей «Русь» 4*. Гостиница расположена в самом сердце города в историческом, культурном и деловом центре Петербурга. Туристам

предоставляется Трехместный Сمارт-Люкс. Номер состоит из двух спален и гостиной, интерьер которых выдержан в едином современном стиле. Количество спальных мест 3: 1 двуспальная кровать и 1 односпальная кровать.

Первый день тура предполагает встречу туристов в Санкт-Петербурге и знакомство с гидом-сопровождающим, который будет сопровождать их на протяжении 4 дней. Далее гид сопровождает туристов в отель Русь 4*. Размещение туристов. После по программе обед в ресторане. Трансфер до киностудии «Ленфильм». Там туристов встречает экскурсовод и проводит экскурсию. Трансфер до отеля. Далее предполагается свободное время и ужин.

Второй день тура начинается с завтрака и начинается подготовка к первому дню съемок. Трансфер на место съемок, где их уже ждет съемочная группа и начинается работа над фильмом согласно сценарию.

Далее туристы едут на тренинг в Театральную мастерскую «Петербургская маска», курсы актерского мастерства и ораторского искусств. Курсов по актерскому мастерству в Санкт-Петербурге достаточно, однако в большинстве заявленная продолжительность четыре раза в месяц и больше, а в данных программах можно поучаствовать один раз.

Трансфер к месту съемок. Далее по программе предусмотрены съемки в вечернее время на Английской набережной согласно сценарию (по сценарию нужны сумерки). Далее предусмотрен трансфер до отеля и ужин.

Третий день начинается с завтрака в отеле (включен в стоимость). Туристы едут на мастер-класс в Международный театральный центр «Легкие люди» – самую крупную в Санкт-Петербурге школу актерского мастерства с большим выбором разных по длительности образовательных программ. Трансфер до отеля и обед.

Далее, подготовка к съемкам. Трансфер до Меншиковского дворца. Точка начала съёмок с Меншиковского дворца до Троицкой площади Петроградской стороны. Трансфер до отеля. Далее предполагается свободное время и ужин.

Четвёртый день тура начинается с завтрака. Свободное время. Выезд из отеля. Трансфер до вокзала. Туристы прощаются с гидом и отправляются в

родной город.

Через 10-20 дней туристы получают заветный фильм «Наша прогулка по Санкт-Петербургу» по мотивам фильма «Прогулка».

В рамках данной работы была разработана программа кинотура в Санкт-Петербург по мотивам фильма «Прогулка». Однако фильм, по которому может быть составлен сценарий и подготовлена вся необходимая аппаратура и город, где будут проходить съемки туристы могут выбрать сами туристы и заказать в туристской фирме индивидуальную программу. Для туристских фирм же есть возможность разработать готовые программы с различными вариациями жанров фильмов с выбором городов России, где снимались известные фильмы. В рамках таких программ рекомендуется организация посещения мастер-классов, тренингов, где туристов могут познакомить с киноискусством, научить театральному мастерству и многому другому. Подобное предложение кинотуров позволит туристским фирмам разнообразить свой ассортимент и привлечь новые сегменты туристов.

Разработанный нами тур «Искусство кино» в г. Санкт-Петербург продолжительностью 4 дня/3 ночи рассчитан на 3-х человек. В расчет стоимости тура вошли следующие категории затрат: размещение в гостиницы 4*, питание fb (полный пансион) - система трехразового питания (завтрак, обед и ужин), трансферы на протяжении всего тура на индивидуальном автомобиле; услуги гида-сопровождающего; экскурсионные услуги; билеты на мастер-классы и тренинги по театральному искусству. Рассмотрим каждую из данных категорий затрат подробнее.

Стоимость транспортных услуг составит на группу 6 000 руб. и 2 000 руб. на 1 человека.

Далее необходимо рассчитать стоимость проживания туристов. В рамках разработанного нами тура водитель и гид-сопровождающий не проживают в отеле, т.к. являются жителями г. Санкт-Петербурга. Размещение по программе, включающие 3 ночи проживания в Санкт-Петербурге в отеле «Русь» - трехместный Смарт-Люкс с 1 односпальной кроватью и 1 двуспальной кроватью.

В стоимость включено питание — завтрак, обед, ужин в ресторане «Аист». Стоимость завтрака – 600 рублей. Стоимость обеда в будние дни — 520 рублей, в выходные дни — 550 рублей. Стоимость ужина – 800 рублей. По программе 3 завтрака, 3 обеда и 3 ужина, таким образом ориентировочная стоимость питания за 4 дня/3 ночи на одного человека: $600 * 3 + 535 * 3 + 800 * 3 = 5\ 805$. Следовательно, на группу: $5\ 805 * 3 = 17\ 415$

Помимо стоимости транспортных услуг и услуг проживания необходимо рассчитать и стоимость всех мероприятий, предусмотренных программой тура. Сюда войдет стоимость экскурсионных услуг по программе тура и составляющей, связанной с тематикой тура – кинотур: мастер класс по актерскому мастерству в Международном театральном центре «Легкие люди»; тренинг «Сценическое движение, сценическая речь» в Театральной мастерской «Петербургская маска»; экскурсия на киностудию «Ленфильм».

Стоимость специализированных услуг, связанных с тематикой кинотура, на 1 чел. составит 14 067 руб.

Хотелось бы отметить, что пакет экскурсии индивидуальный, каждый турист или группа выбирает оптимальное число запланированных мероприятий, в зависимости от предпочтений и стоимости услуг. Стоимость специализированных услуг, связанных с тематикой кинотура, на группу может составить 42 200 руб. и на человека 14 067 руб., если добавить и стоимость экскурсионных услуг на группу составит 43 300 руб. и на человека 14 437 руб.

В итоге, можно рассчитать величину совокупных затрат на организацию тура на 1 человека и на группу из 3-х человек:

$$6\ 000 + 46\ 710 + 17\ 415 + 1\ 100 + 42\ 200 = 113\ 425 \text{ руб. на группу}$$

$$2\ 000 + 15\ 570 + 5\ 805 + 370 + 14\ 067 = 37\ 812 \text{ руб. на 1 человека.}$$

Т.к. данный вид тура является авторским, рассчитаем вознаграждение автора тура, включая сопровождение группы. Предлагается размер вознаграждения (прибыли) взять из расчета 10 % от величины расходов, т.е. 11 343 руб.

Соответственно, общая стоимость тура на всю группу составляет: $113\ 425 + 11\ 343 + 11\ 343 = 136\ 111$ руб.

Таким образом, примерная стоимость тура на одного человека составит 45 370 руб.

Для расчета полной себестоимости разработанного кинотура необходимо учесть и иные расходы, например, расходы на рекламу. Но в рамках данной работы мы не предполагали проводить данные расчеты, т.к. рекламная стратегия – это отдельное масштабное направление деятельности, требующее самостоятельного, детального обучения.

Кинотур предлагается организовывать преимущественно в летнее время. Согласно статистике солнечных дней в Санкт-Петербурге с мая по август — за ориентировочно 54 солнечных дня. За сезон (май-август) возможно организовать в первый год реализации проекта 18 туров - 18 групп по 3 человека в каждой группе.

Оптимистический прогноз продаж позволяет предположить реализацию 18 туров в первый год реализации проекта, объем продаж будет зависеть в первую очередь от эффективности рекламной компании и от сотрудничества менеджеров с учреждениями заявленные в программе.

Теоретически потенциальная выручка в первый год реализации проекта - выручка от 18 туров - 18 групп по 3 человека в каждой группе составляет:

- Оптимистичный сценарий: $136\ 111 * 18 = 2\ 449\ 998$ рублей.
- Пессимистичный сценарий: $136\ 111 * 9 = 1\ 224\ 999$ рублей.
- Средний прогноз: $136\ 111 * 14 = 1\ 905\ 554$ рублей.

Соответственно прибыль автора тура (без вычета налога на полученный доход) составит:

- Оптимистичный сценарий: 204 174 руб.
- Пессимистичный сценарий: 102 087 руб.
- Средний прогноз: 158 802 руб.

В последующие годы вероятно произойдет увеличение объема продаж на 25%. Увеличение продаж произойдет в первую очередь за счет потока и рекламы новых участников.

Таким образом, ориентировочная стоимость тура к на 1 человека составит 45 370 руб. Данный тур является индивидуальным - туристы передвигаются по

городу и его окрестностям на автомобиле, при расчете данного маршрута в его стоимость были включены проживание, питание (полный пансион), все экскурсии, входящие в программу, в том числе и посещение мастер классов и тренингов. Главная особенность данного продукта, что турист в конце получает собственный фильм с персональным участием. Кроме приобщения к культурно-историческими ценностям, данный маршрут, нацеленный на знакомство туристов с кинопроизводством и персональное участие в нем.

Заключение

В наше время кинотуризм стал весьма популярным явлением и ряды его поклонников постоянно пополняются. Постепенно феномен кинотуризма прошел эволюцию от своеобразного курьезного явления до технологически отлаженного механизма, где лидер кинопроката создает мощный инструмент для продолжительного привлечения туристов в те места, которые были задействованы в сценарии.

Кинотуризм является достаточно эффективным способом продвижения дестинации, кроме того, он предоставляет возможности для развития новых продуктов, киномузеев, фестивалей, мероприятий, туров по местам съемок кинолент, а также показов уже существующих достопримечательностей с привязкой к фильму. Это направление является достаточно новым и определенно имеет большой потенциал для Российской Федерации, которая серьезно начала заниматься организацией и развитием кинотуризма в стране.

В данной работе проанализировано влияние брендинга территорий через кино и кинотуризм и повышение привлекательности туристических дестинаций на основе кинотуризма в России. Изучены понятие и факторы, влияющие на кинотуризм, проанализированы возможности брендинга территорий через кино и кинотуризм, а также влияние маркетинговой деятельности дестинации на развитие кинотуризма. Выявлен и охарактеризован потенциал России с позиций развития кинотуризма; осуществлен анализ перспективных дестинаций развития кинотуризма в России. На основе проведенного анализа была разработана стратегия развития дестинаций через кинотуризм в России.

В данной работе была осуществлена разработка программы тура «Искусство кино» в город Санкт-Петербург в рамках кинотуризма. Идея тура заключается в том, чтобы туристы привезли с собой не только впечатление от путешествия, но и фильм со своим участием. Тур создан для любителей кино и театра, для людей, знающих толк в киноискусстве и мечтающих оказаться на месте своих любимых киногероев. Туристы, приехавшие в Санкт-Петербург или проживающие в данном городе, будут сниматься в короткометражном

фильме на фоне панорамы города, его достопримечательностей и прочих интересных объектов. В программу тура включены тренинги и мастер-классы, в рамках которых туристов познакомят с тонкостями съемок фильмов, правилами игры на сцене, поставят речь. Также по желанию в программу тура может быть включено посещение знаменитых театров, кинотеатров, выставок, и при совпадении дат театральных и кино фестивалей.

Разработанная программа тура «Искусство кино» рассчитана на 3-х человек, предусматривает продолжительность 4 дня/3 ночи и посещение достопримечательностей Санкт-Петербурга совместно со съемками фильма «Прогулка» в жанре драма-мелодрама. В сценарий съемок включены разные места и объекты посещения согласно снятым в фильме.

Данная программа тура может быть внедрена в деятельность туроператоров, специализирующихся на разработке туров в Санкт-Петербург или на разработке индивидуальных туров. Кроме того, предлагая туры в рамках кинотуризма, туроператоры могут расширить и углубить свой ассортимент. Для туристских фирм же есть возможность разработать готовые программы с различными вариациями жанров фильмов и с выбором городов России, где снимались известные фильмы. В рамках таких программ рекомендуется организация посещения мастер-классов, тренингов, где туристов могут познакомить с киноискусством, научиться театральному мастерству и многому другому.