

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

# РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ: опыт, проблемы, перспективы

*ВЫПУСК 4*



Москва ♦ Ижевск

2015

УДК 338.48  
ББК 65.433  
Р 326

*Издание выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках базовой части Госзадания, код проекта 1968.*

**Редакционная коллегия:**

д.и.н., профессор Г. В. Мерзлякова, к.и.н., доцент Л. В. Баталова,  
к.и.н., доцент Т. И. Оконникова (ответственный редактор).

**Рецензент:** В. М. Соловьёв, министр культуры и туризма Удмуртской Республики.

Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы. Сборник научных статей. Выпуск 4. (Материалы Всероссийской научной конференции «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы», 27 сентября 2015 г., Ижевск). — М.–Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2015. — 248 с.

Четвертый выпуск сборника научных статей «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы» включает в себя материалы II Всероссийской научной конференции «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы» (27 сентября 2015 года г. Ижевск). В опубликованных материалах представлены результаты теоретических и прикладных исследований в области туризма и туристской деятельности, регулирования и управления туристской деятельностью, освещены опыт и возможности развития различных видов туризма в регионах, вопросы развития туризма в природной среде, возможности использования историко-культурного потенциала в туристской деятельности, проблемы продвижения и популяризации регионального турпродукта, опыт и проблемы организации молодежного и детского досуга.

Издание предназначено для студентов, магистрантов, аспирантов, преподавателей вузов и колледжей, научных работников, специалистов индустрии туризма.

**ISBN 978-5-4344-0210-1**

**ISBN 978-5-4344-0322-1 (выпуск 4)**

© Сост.: Т. И. Оконникова, Т. А. Овчинникова

© ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», 2015

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Развитие туризма в Российской Федерации в настоящее время позиционируется как приоритетная государственная задача. Ее решению посвящена деятельность различных государственных, муниципальных, общественных организаций и бизнес-структур, благодаря чему в последние годы ряд регионов Российской Федерации значительно продвинулись в увеличении внутреннего и въездного турпотока. Другая часть областей и республик пока еще только в начале этого пути, либо в поиске собственной ниши в туристской деятельности, либо на этапе разработки и апробации нового туристского продукта.

Научные форумы, посвященные проблемам развития внутреннего и въездного туризма, способствуют более глубокому осознанию их значимости, обмену успешным опытом по реализации туристских проектов, продвижению имиджа туристских территорий, презентации результатов исследований различных аспектов туристской деятельности.

27 сентября 2015 г. в Ижевске на базе Института социальных коммуникаций Удмуртского государственного университета была проведена II Всероссийская научная конференция «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы», которая в полной мере подтвердила востребованность таких мероприятий как для исследователей, так и для специалистов-практиков. Организатором конференции стала кафедра туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере. Конференция проводилась в заочной форме. В ней приняли участие более 30 человек из Москвы, Ижевска, Воткинска, Кирова, Твери, Тюмени, Республики Марий Эл. Удмуртский государственный университет был представлен преподавателями и магистрантами Института социальных коммуникаций и Института естественных наук.

На конференции обсуждались теоретические аспекты исследования туризма, вопросы регулирования и управления туристской деятельностью, опыт и возможности развития различных видов туризма в регионах, вопросы развития туризма в природной среде, возможности использования историко-культурного потенциала в туристской деятельности, проблемы продвижения и популяризации регионального турпродукта, опыт и проблемы организации молодежного и детского досуга.

Материалы конференции объединены в настоящем, четвертом выпуске сборника научных статей «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы». Традиционно в сборник вошли материалы, подготовленные как учеными-исследователями, так и специалистами-практиками. Большую активность снова проявили студенты и магистранты направления подготовки «Туризм» Удмуртского государственного университета. В числе магистран-

тов представлена студентка из Таиланда, обучавшаяся в магистратуре УдГУ по направлению подготовки «Туризм» Т. Равеечатпхонг.

Конференция «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы» и одноименный сборник научных статей стали востребованной площадкой для обсуждения проблем регионального туризма и в перспективе также будут посвящены презентации результатов теоретических и прикладных исследований в области туризма, обсуждению опыта деятельности по реализации туристских проектов, актуальных научных и практических проблем в сфере туризма и рекреации.

# РАЗДЕЛ 1

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИЗМА И ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### ПУТЕШЕСТВИЕ В «КРУГЕ ЗНАНИЯ»

*Соловей И. В.*

Процесс освоения пространства Земли является познавательным процессом, изменяющим отношение между открытыми и не-открытыми территориями Земли. Первоначальной формой познания Земли является дискурс *путешествия*. Путешествия, мотивированные как экономическими, политическими, религиозными, так и научными целями, становятся источником получения сведений не только о тех или иных странах (природе, населении, истории и т. д.), но и об общем характере и очертании поверхности Земли. Открытие пространства Земли путешественниками непосредственно связывается с физическими и интеллектуальными усилиями, позволяющими преодолевать трудности — недоступные места. Если обратиться к этимологии английского слова «travel» — «путешествие», то оно происходит от французского «работа» — «travail» (Дж. Урри).

Путешествие открывает движение, в первую очередь, в системе географического знания. В системе географического знания путешествие тождественно процессу познания. Понимание путешествия как процесса познания, относящегося к сфере мышления, позволяет построить следующую схему рассуждения. Процесс познания является направленным движением, в рамках которого путешествие оказывается движением «от» открытого и/или освоенного пространства «к» не-открытому. Определенность направления движения снимается изначальной неопределенностью пути, обусловленной не-возможностью предвидеть открытие. Движение путешественника осуществляется в направлении от незнания к знанию, от неопределенности к определению в системе записи, превращающей пространство Земли в освоенную территорию путем создания географических характеристик мест в описаниях.

Дискурс путешествия предьявляется в тождестве записывающей деятельности (продуктивность) и записи как произведенного продукта — путевые дневники, заметки путешественников, очерки т. д. Продуктивность записывающей деятельности определяется тем, что она является производящей деятельностью мышления. В таком случае запись как объективированный продукт записывания представляет собой всего лишь некое состояние

знания географии Земли, которое предъявляется в виде описаний местности, или географических характеристик мест. Поскольку путешествие является познанием в движении, постольку запись содержит в себе потенцию к преобразованию, изменяющему структуру географического знания. Продуктивность записывающей деятельности предъявляется движением путешественников, открывающих не-открытое пространство, а значит, способствующих своим движением постоянному смещению границы между внутренним пространством жизнедеятельности человека (обитаемая, заселенная земля) и его внешним миром (пустошь). Чем интенсивнее человечество осваивало территорию Земли, тем меньше оставалось не-открытого пространства. Дискурс путешествия прописывает географию Земли таким образом, что пространство, не имеющее записи, оказывается как бы невидимым, не имеющим социального статуса территории, а значит, не существующим.

В дискурсе путешествия движение определяется представлением, заданным кругозором путешественника, очерчивающим тематический горизонт движения. В путешествии «акт представления» и представление в смысле «чего-то представленного» принадлежат процессу движения как целому. Представление задает перспективу видения, прочерчивающую возможные линии взгляда, посредством которых определяются направления движения знания, охватывающие предмет изучения и/или освоения как нечто представленное. Актом представления одновременно представляется и сам представляющий (того, кто представляет), который каждый раз устанавливает представляемое (то, что представляется), делает его видимым. Образуется круг поступательного движения представления, в пределах которого бытие представляющего, удостоверяющее само себя актом представления, предоставляется в каждом предмете представления.

Движение путешественников осуществляется во времени, следовательно, изменяется со временем и перспектива видения, задающая тематический горизонт движения. Изменение тематического горизонта движения выражает изменяющаяся природа записи. В дискурсе путешествия поверхность Земли с ее природными рельефами начинает записываться и переписываться с разных перспектив видения. Тематический горизонт представления, формирующий первоначальные структуры записи, определяется географическим кругозором путешественников-первооткрывателей — великих мореплавателей, скалолазов, первопроходцев и исследователей земель. Здесь продуктивность записывающей деятельности выражается в том, что путь знания определяется пройденным расстоянием, увеличивающим объем записи географического пространства Земли — съемка, измеряемая километрами пройденного пути, определение высот, материал о рельефе, климате, растительном и животном мире и т. д. Движение путешественников является путем познания, прокладываемым по природному рельефу Земли дороги всему человечеству. Особо значимыми оказы-

ваются те записи, которые содержат свидетельства о малоизученных, или труднодоступных территориях, получение сведений о которых требует наибольших интеллектуальных усилий. Можно говорить о том, что путешествие (travel) в значении «работа» — «travail» связана в первую очередь с интеллектуальными усилиями мышления, придающему движению путешественников осмысленность пути.

Движение путешественников раскрывается через множество смыслов, содержащихся в самом слове «путь» — торговый путь, путь научной экспедиции, каждый из которых прокладывает дорогу. В движении путешественников-первопроходцев маршрут, пролегающий по природному рельефу Земли, отсылает к субъективному истоку движения. «От античного времени дошли до нашего времени исторические источники с рассказами о путешествиях Геродота и Пифия, походах армии Александра Македонского, легионов Сципиона Африканского, описанных Полибием. В тот же период китайские путешественники, прежде всего, Сю Фу и Чжан Цянь, совершили великие путешествия, письменные изложения которых стали достоянием человечества. Широко известны арабские средневековые путешественники, среди них особенно выделяются ибн Хордадбех, ал-Мукаддаси, ибн Фадлан, ал-Масуди и ал-Гарнати. В Средние века длительные путешествия совершали венецианские и генуэзские купцы, среди которых самым прославленным был Марко Поло <...> Поворотным моментом в истории человечества стали морские путешествия Христофора Колумба, открывшего Америку, и Васко да Гамы, первым преодолевшего морской путь в Индию. В конце XVI в. появился особый вид морских экспедиций — кругосветные путешествия, первым из которых было плавание эскадры под командованием Фернана Магеллана. В XVIII–XX вв., по мере углубления исследований, специализации научных целей и задач, некоторые путешествия стали приобретать характер научных экспедиций <...> Большое значение для расширения знаний о Земле имели путешествия Д. Левингстона, П. П. Семёнова Тянь-Шаньского, Н. М. Пржевальского, П. К. Козлова, Н. Н. Миклухо-Маклая, Р. Амундсена и многих других отечественных и зарубежных исследований» [3].

Участвуя в открытии географии Земли, путешественник в процессе записывания присутствует в качестве непосредственного свидетеля-очевидца. Такие записи путешественников становятся «одним из основных источников получения сведений о природе, населении, истории, хозяйстве тех или иных стран, общем характере и очертании поверхности Земли <...> Путешествия в эпоху Великих географических открытий в корне изменили представление о нашей планете» [3]. В записи маршрут движения прочерчивается точками, маркирующими место пребывания путешественника. Путешественник, открывая пространства мира, открывает себя миру в имени, указывающим на личность первооткрывателя.

В структурах гео-графизма место пребывания путешественников вписывается в географическое пространство Земли в структурах *топони-*

миш (от греч. *topos* — место и *онупта* — имя), где географические названия образуются от собственных имен выдающихся учёных, мореплавателей, путешественников и исследователей, называющих и/или именующих места маршрута движения. В данном случае «след» личного присутствия путешественника, обнаруживается в географических названиях: остров Врангеля, Ратманова, остров Тасмания, остров Лисянского, острова Фаддея, остров Ушакова, Шмидта, гора Фицрой, мыс Дежнева, мыс Челюскин, мыс Литке, мыс Пржевальского, мыс Докучаева, гора Кука, Берингов пролив, Магелланов пролив, пролив Дрейка, пролив Шокальского, пролив Вилькицкого, пролив Санникова, Гудзонов залив, залив Шелихова, водопад Лингстона, море Лаптевых, бухта Нагаева и т. д. Имя становится личным автографом путешественника, оставленным на поверхности Земли, документально свидетельствующим о его присутствии.

В дискурсе путешествия география Земли оказывается поименованным пространством, в котором каждое из имен путешественников вписывается в историю географических открытий. Значимость того, или иного имени в истории географических открытий определяется значением его личности в истории географического знания. Чем большее пространство Земли было открыто путешественником, тем чаще его имя встречается на географической карте. Именем кругосветного мореплавателя Ф. П. Литке названы мыс, полуостров, гора и залив на Новой Земле, а также острова в архипелаге Земля Франца-Иосифа, Байдарацкой губе, архипелаге Норденшельда, пролив между Камчаткой и островом Карагинским и др. В честь Ю. М. Шокальского названо свыше десятка географических объектов — два острова, пролив, течение, хребет, мыс, банка, ледник и подводный хребет. В честь Д. Я. Лаптева назван пролив между материком и Большим Ляховским островом, мыс в дельте реки Лены и мыс в устье реки Колымы. В честь Х. П. Лаптева назван берег между устьями рек Пясины и Нижней Пясины, а также два мыса. В честь А. А. Борзова назван вулкан на Курилах, ледники в Восточной Сибири, Приполярном Урале, на Новой Земле. Именем П. К. Пахтусова названы банки в Карском и Баренцевом морях, гора на Шпицбергене, нунатак в Антарктиде, пролив у Новой Земли и острова в Карском и Японском морях. Имя Л. С. Берга присвоено пику и леднику на Памире, мыс на Северной Земле, леднику в Джунгарском Алатау. Именем Г. И. Шелихова названы острова у побережья Северной Америки, пролив, мыс, озеро, гора, банка. Именем В. В. Докучаева назван мыс и главный водораздельный хребет на острове Кунашир в Курильском архипелаге.

В структурах гео-графизма переименование поверхности Земли является процессом возвращения к истокам открытия, то есть к именам первооткрывателей — пролив Катина-Ярцева переименовывается в честь одного из первых исследователей Новосибирских островов Якова Санникова; залив



имени Цесаревича Алексея, переименовывается в честь первооткрывателя А. А. Борзова, Ван-Дименова Земля возвращает имя своего первооткрывателя — мореплавателя из Голландии Абея Тасмана, то есть получает название Тасмания и т. д. В системе географического знания каждый из путешественников реализует в процессе движения собственный путь знания, определяемый интеллектуальным кругозором, или кругом представлений, задающим тематический горизонт исследования территории Земли.

Развитие торговли изменяет структуру географических описаний территорий в сторону описание проездных дорог, в которых продуктивной становится идея расстояния пути. По мере открытия территории Земли продуктивность записывающей деятельности начинает определяться степенью универсализации записи измерения пространства. Введение стандартных и обязательных единиц измерения пространства и поверхностей, с одной стороны, снимает субъективную относительность их восприятия, с другой стороны, обезличивает и объективирует запись в структурах картографирования. Движение территориального освоения Земли, различающее внутреннее пространство жизнедеятельности человека и его внешний мир, завершается полным освоением поверхности Земли, как описанного в каждой точке географического пространства. Внешнее пространство становится внутренней, освоенной человечеством территорией. Переход от внешнего к внутреннему расширяет географию путешествий.

Доминирующим направлением движения становятся **литературные путешествия** философов, писателей, художников и т. д. В настоящее время такое движение непосредственно связывается с интеллектуальной деятельностью, которая является неким путешествием философа, писателя, художника, обладающего собственно номадическим сознанием, но при этом способным рефлексировать процесс передвижения. Повышенная мобильность интеллектуалов позволяет им проживать в «доме на перекрестке», построенном из языка (З. Бауман). К сущности такого движения относится то, что оно открывает «путешествие мысли», предоставляющее «повсюду быть дома» (М. Хайдеггер).

Движение мышления не столько отдаляет индивида от самого себя, сколько приближает его к самому себе, предоставляя достаточно времени для раздумий. «Мышление уводит сознание человека от непосредственной задачи, — пишет З. Бауман, — которая всегда состоит в том, чтобы быстро бегать и поддерживать скорость, какой бы ни была конкретная ситуация» [1, с. 225]. «Путешествие мысли» совмещает одновременно причастность и оторванность субъекта от мира. Такая близость и отдаленность обеспечивает субъекту привилегированное положение. Особенностью такого путешествия является стремление выделиться из физического пространства и вообразить собственное место, отличное от того места, где живут окружающие. В процессе путешествия переход от оставленных позади

мест к месту прибытия оказывается рефлексивным процессом, позволяющим мышлению осознать траекторию своего движения, или путь мысли. Рефлексия, различающая направления движения, каждый раз открывает обратное (про)движение в противоположном направлении.

Литературное путешествие изменяет смысл записи, инициируя возникновение новой риторики движения. В литературных путешествиях описание местности, страны, города, народа, архитектуры и истории той или иной страны, осуществляется через субъективное восприятие. В аспекте субъективности литературные путешествия становятся свидетельствами внутреннего опыта переживания — страдание, наслаждение, желание, которые становятся источником деятельности воображения. Литературное воображение связывает между собой разрозненные свидетельства, тем самым как бы дополняет, достраивает до целого представление, создающее «образ» той или иной страны, народа, а также его истории. «Путевые заметки, составленные самими писателями-путешественниками, — пишет Л. П. Воронкова, — могут служить порой историческим путеводителем» [2, с. 75]. Литературное воображение по своей природе изначально является представлением, происходящим из продуктивной деятельности мышления. Литературное воображение оказывается процессом, направленным на произведение или выделение «образов», которые являются продуктами деятельности мышления.

В воображении связь между географическими, историческими «образами» страны и/или народа устанавливается нарративно. В процессе повествования воображаемая реальность выстраивается посредством сюжета — «путевых заметок» (А. Н. Радищев), «романа путешествий» (Ж.-Ж. Руссо, Л. Стерн), «писем путешественника» (Н. М. Карамзин). «Со временем жанр “путевых заметок”, или “романа путешествий”, кардинально меняется, — пишет Л. П. Воронкова, — внимание писателя сосредоточивается главным образом на манере поведения туземцев, их обычаях и нравах, писатели считают, что подлинным олицетворением “духа места” являются не музейные артефакты, вроде памятников и пыльных развалин, а сами люди, которые живут рядом с этими “сокровищами истории”» [2, с. 76]. Литературные путешествия базируются на воображении писателя-путешественника, которое может максимально приближать в описаниях к реальности, так и максимально отдалять от нее, то есть уходить в область фантазий. Производимые мышлением «образы» утрачивают связь с действительностью. «Образ» как результат способности мышления представлять непредставимое представляет собой всего лишь некое состояние мышления путешественника. Литературные фантазии открывают бесконечное пространство описаний стран и народов, которые отсутствуют на географической карте Земли. В этом смысле литературное воображение является автономной деятельностью, способной освобождать мышление от геогра-

фических, исторических свидетельств и создавать собственно художественную реальность, относящуюся к сфере литературного вымысла (plasma), сущность которого заключается в способности мышления представлять непредставимое.

Путешествуя, мышление находится в процессе бесконечного самоопределения и самоустановления пути, который является путем языка. Сущность бытия покоится в языке, следовательно, путь к языку является движением к сущности, образующим круг. «Круг имеет смысл, — пишет М. Хайдеггер, — потому что направление и способ круговращения определяется самим языком через движение в нем» [4, с. 260]. В таком понимании проделать путь значит уже не двигаться туда или обратно по уже готовой дороге, но впервые проложить путь, позволяющий человеку сбиться в его собственном существе. Путь к языку открывает путешествие в литературу и философию, изменяющее смысл кругового движения. В «путевых заметках», или «письмах путешественника» «образ» путешествия оборачивается путешествием «образа» в пространстве литературы, философии, изобразительного искусства. Персонажи «путевых заметок», «романа путешествий», «писем путешественника» несут в себе «следы» автобиографии писателя-путешественника, передвигающегося по пространству философии, литературы как географическому пространству.

#### **Список использованных источников:**

1. Бауман З. Текущая современность. СПб.: Питер, 2008. — 240 с.
2. Воронкова Л. П. Значение литературного путешествия в истории туризма // Российский научный журнал. — 2012. — № 31. — С. 68–77.
3. Житнев С. Ю., Новиков В. С. Путешествие и туризм: содержание понятий // Приоритеты и перспективы научных исследований международного туризма в XXI веке. — Режим доступа: [hintacadem.ru/statji/zhitenyov-s.yu.-novikov-v.s.-puteshestvie-i-turizm-soderzhanie-ponyatiy.html](http://hintacadem.ru/statji/zhitenyov-s.yu.-novikov-v.s.-puteshestvie-i-turizm-soderzhanie-ponyatiy.html)
4. Хайдеггер М. Путь к языку // Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления. М.: Республика, 1993. С. 259–272.

## **ПЕРИОДИЗАЦИЯ ИСТОРИИ ТУРИЗМА**

**Мерзлякова Г. В., Баталова Л. В.**

В научной литературе представлены различные критерии периодизации туризма. Наиболее распространено выделение четырех этапов истории европейского туризма. Период до начала XIX в. принято считать предыс-

торией туризма. На втором этапе возникают специализированные предприятия по производству туристской услуги, зарождается массовый туризм (с начала XIX века до начала XX века), носящий черты элитарного времяпрепровождения. Третий этап (с начала XX века до второй мировой войны) считается периодом становления массового туризма «на индустриальные рельсы». Четвертый этап (реализация массового туризма) представляется периодом после второй мировой войны, ему присуще формирование туристской индустрии в качестве межотраслевого комплекса по производству туристского продукта. В основу данной периодизации положены в качестве критериев технико-экономические и социальные предпосылки, а также целевые функции туризма на разных этапах его развития [10, с. 8–13].

Периодизация представляется на наш взгляд принципиально правильной для характеристики узловых моментов развития туризма в мире. Указанная периодизация отражает генезис теоретических подходов относительно сущности туризма. Во-первых, туризм рассматривается с функциональных позиций как временная миграция населения, проводящего активный и пассивный отдых вне постоянного места жительства, как особый вид потребительского спроса. Во-вторых, с организационных позиций туризм связывается с возникновением в системе общественного разделения труда особой деятельности, выполняемой туристскими организациями. В-третьих, с индустриальных позиций туризм соотносится с возникновением системы взаимосвязанных организаций различных отраслей (индустрии туризма), специализирующихся на удовлетворении потребностей туристов.

Существует другой вариант периодизации европейского туризма связывающий историю туризма с развитием средств транспорта, которые используются во время путешествий. Так, американский ученый Джон Уокер полагает, что историю туризма можно условно разделить на пять периодов или эпох. Самым первым периодом он считал преиндустриальный (до 1840 года), когда люди вынуждены были использовать крайне примитивные средства передвижения. Последующие четыре эпохи связаны с изобретением новых транспортных средств. Это век железных дорог, далее следует век автомобиля, век реактивных авиалайнеров и, наконец, век круизов на морских лайнерах [5, с. 38–39].

Воронкова Л. П. считает, что в основу периодизации истории туризма должна быть положена историческая типология культур. В процессе изучения истории путешествий и туризма должны сопоставляться типы культур и типы «человека путешествующего», характерные для каждого культурного типа. Использование типологических критериев позволит избежать на ее взгляд разночтений в характеристике этапов истории путешествий и туризма, что встречается в современной отечественной и зарубежной литературе по туризму [2, с. 10–15].

Соколова М. В. соотносит основные периоды развития туризма с историческими эпохами: туризм в древности (первобытное общество, Древний Восток, античность), Средние века, Новое время и туризм в XX веке [11, с. 7–10].

Еще одним дискуссионным вопросом остается периодизация истории туризма в России. Кроме того, история российского туризма имеет несколько дат. Ряд исследователей полагают, что началом организованного туризма можно считать появление первых бюро путешествий во второй половине XIX века, другие ученые переносят эту дату практически на сто лет назад. Они полагают, что 1777 год — год издания «Плана предпринимаемого путешествия в чужие края, сочиненного по требованию некоторых особ содержанием благородного пансиона Вениамином Геншем» — знаменует начало организованного туризма.

История развития туризма в России, по мнению некоторых ученых, насчитывает свыше ста лет. Весь этот период делится на пять этапов. Первый этап — просветительский охватывает период до 1890 года. Он связан с возникновением первых крупных российских туристских организаций и клубов. Развитие лечебного и оздоровительного отдыха в это время являлось основным направлением. На втором этапе (предпринимательском) в 1890–1917 гг. формируется туристская инфраструктура, действуют туристские фирмы. Третий этап охватывает 20–60 гг. XX века. Хотя отмечается разница довоенного и послевоенного туризма, в целом этап характеризуется как организационно-централизованный. Четвертый этап соотносится с периодом 1970–1990 гг. и именуется административно-нормативным, характеризующийся следующими основными чертами: развитие туризма в условиях жесткого нормирования и планирования, расширение географии туризма, распространение новых форм обслуживания (семейный отдых, курсовое лечение), формирование самой крупной и дешевой в мире базы социального и самодеятельного туризма, создание научной основы изучения туризма. С 1991 года начинается пятый (переходный) этап развития туризма. Для него характерными являются новые тенденции развития туристской отрасли в условиях экономических реформ. Для переходного периода характерны следующие тенденции: переход от монопольного хозяйства к многоукладному, формирование туристского рынка на основе новых законов, возникновение большого числа малых и средних туристских предприятий, невостребованность материальной базы туризма [6, с. 106–109; 8, с. 56–59; 9, с. 182–191].

Г. С. Усыскин за точки отсчета берет партийно-правительственные постановления по развитию отрасли, время существования различных туристских организаций, проведения всесоюзных акций и пр. Так, автор выделяет следующие периоды: 1918–1926 годы (первых лет советской власти), 1927–1936 годы (деятельность Общества пролетарского туризма

и экскурсий), 1936–1941 годы (предвоенные годы), 1945–1956 годы (послевоенный период), 1957–1961 годы (зарождение и развитие турклубов), 1962–1969 годы (деятельность советов по туризму), 1969–1990 годы (период интенсивного развития туризма) [12, с. 14–17]. Данная периодизация представляется излишне дробной, не связанной с основными тенденциями развития туризма как отрасли.

В. Г. Гуляев выделяет четыре этапа развития массового туризма советского периода: с 1917 года по 1929 год — в рамках бывшего Российского общества туристов, с 1930 года по 1936 год — в рамках Всесоюзного добровольного общества пролетарского туризма и экскурсий; с 1936 года по 1969 год — в рамках ВЦСПС; с 1969 года по 1991 год — в рамках Центрального Совета по туризму и экскурсиям [6, с. 6].

Горяева О.А. основывает свою периодизацию на этапах экономического развития отрасли, государственного регулирования туристской деятельности (в комплексе вопросов развития физкультуры и спорта, экскурсионно-пропагандистской работы). Историю активного развития туризма в России за последние сто лет делит на четыре основных периода:

1. Конец XIX в. – конец 1920-х годов — от появления первых туристских организаций до создания всесоюзных структур — Общества пролетарского туризма и экскурсий (ОПТЭ), «Интуриста», когда экскурсионный и спортивный туризм стали массовым явлением.

2. Начало 1930-х – начало 1970-х годов — период формирования инфраструктуры и нормативно-правовой базы, поисков оптимальной структуры управления, развития массового молодежного и детского туризма.

3. 1970-е – начало 1990-х годов — период истории туризма как развитой, рентабельной отрасли экономики, проведения массовых политико-воспитательных туристско-экскурсионных акций.

4. С начала 1990-х годов — рыночный период развития [3, с. 7–10].

Абуков А. Х. «Условно развитие туризма в нашей стране можно было бы разделить на три больших этапа: первый — его зарождение и формирование организационной структуры (начало 20-х годов – 1936 год); второй — передача туризма и экскурсий в ведение профсоюзов и создание предпосылок для формирования индустрии туризма (1936–1969 годы); третий — период интенсивного развития туризма в условиях зрелого социалистического общества, превращение его в крупную отрасль обслуживания населения (с 1969 года по 1978 год). Эти этапы становления туризма тесно связаны с развитием нашей страны, с ее экономическими и социальными завоеваниями, с созданием определенной материально-технической базы» [1, с. 17].

Квартальнов В. А. и Федорченко В. К. отмечают следующие этапы развития туризма в СССР — «Начало новому подходу к туризму в стране было положено в 1917–1936 гг., т. е. в период социально-экономических предпосылок, зарождения и организационного становления экскурсионно-

го и туристского движения в стране в условиях победы ВОСР, восстановления и реконструкции народного хозяйства, развертывания культурной революции. Следующий этап — 1936–1960 гг. — период новых форм организации управления туризмом в стране, послевоенного восстановления созданных туристско-экскурсионных предприятий, объектов культурного и экскурсионного показа, памятников народного творчества, период возобновления поездок зарубежных туристов и иностранных делегаций в СССР. В 1960-е годы наступает очередной этап развития внутрисоюзного и зарубежного туризма в СССР» [7, с.].

Представляется объективной предлагаемая периодизация, основанная на масштабах туристского движения и изменения организационных форм туризма в России. Первый этап (60-е гг. XIX века по 1917 год) характеризуется зарождением специализированных предприятий и организаций по производству туристских услуг. Туристский бизнес того времени в России осваивал два основных направления туристического рынка — элитарный туризм для представителей состоятельных социальных групп и рекреационный туризм интеллигенции.

Второй этап с 1917 года по 1991-й год — становление и расцвет массового российского туризма. До 90-х годов XX века туризм развивался как политизированный, под жесткой опекой государственных и профсоюзных органов. Наблюдалось низкое качество туристских услуг. Однако в сравнении с другими странами Россия обладала развитым туристским потенциалом — была создана большая и дешевая инфраструктура туризма, осуществлялись прогрессивные виды и формы туристского обслуживания, содержательные культурные программы. Внутренний туризм являлся одним из наиболее привлекательных видов отдыха: удовлетворялся познавательный интерес населения, изучались история и достопримечательности страны. В этом этапе целесообразно выделить следующие подэтапы развития туризма: с 1917 года по 1929 год — в рамках бывшего Российского общества туристов, с 1930 года по 1936 год — в рамках Всесоюзного добровольного общества пролетарского туризма и экскурсий; с 1936 года по 1969 год — в рамках ВЦСПС; с 1970 года по 1991 год — в рамках Центрального Совета по туризму и экскурсиям. Третий этап — переходный (с 1991 года). Для него характерными являются новые тенденции развития туристской отрасли в условиях экономических реформ, переход от методов административного регулирования туристского хозяйства к экономическим методам развития туристского рынка на новой законодательной основе.

#### **Список использованных источников:**

1. Абуков А. Х. Туризм сегодня и завтра. Туристско-экскурсионная работа профсоюзов. — М., 1978. — 272 с.

2. Воронкова Л. П. История туризма. — Москва–Воронеж, 2007. — 302 с.
3. Горяева О. А. История развития внутреннего туризма в Кемеровской области в 1940–1980-е годы: Дисс. ... к. и. н. Кемерово, 2006. — 191 с.
4. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности. — М., 1996. — 211 с.
5. Джон Уокер. Введение в гостеприимство: пер. с англ. — М., 2012. — 711 с.
6. Квартальнов В. А., Романов А. А. Международный туризм: политика развития. — М., 1998. — 214 с.
7. Квартальнов В. А., Федорченко В. К. Орбиты «Спутника»: из истории молодежного туризма. — Киев, 1987. — 152 с.
8. Менеджмент туризма /Васильев В. В., Гвозденко А. А., Забаев Ю. В. и др. Сост. Зорин И. Р. — М., 1998. — 225 с.
9. Основы туристской деятельности/ Зорина Г. И., Ильина Е. Н., Мошняга Е. В.; Сост. Ильина Е. Н. Рос.межд.акад.туризма. — М., 2000. — 217 с.
10. Сапрунова В. Б. Туризм. Эволюция. Структура. Маркетинг. — М., 1998. 159 с.
11. Соколова М. В. История туризма:Учеб.пособие. — М., 2012. — 350 с.
12. Усыскин Г. С. Очерки истории российского туризма. — М., СПб, 2007. — 207 с.



## **РАЗДЕЛ 2**

# **РЕГУЛИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

### **ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИЗМА: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

*Голубева О. А.*

На сегодняшний день все большее число стран инвестируют в развитие туризма, превращая современный туризм в основную движущую силу социально-экономического прогресса через создание рабочих мест и предприятий, развитие инфраструктуры и доходов от экспорта услуг. Как источник международной торговли услугами туризм стал одной из крупнейших в мире торговых категорий. Следует отметить, что динамика международных туристских потоков крайне неравномерна, что объясняется в первую очередь разными уровнями социально-экономического развития стран и регионов мира.

По данным Всемирного экономического форума Швейцария возглавила рейтинг стран мира по Индексу конкурентоспособности сектора путешествий и туризма 2013 года (Traveland Tourism Competitiveness Index 2013), в 2015 году согласно данным этого же рейтинга Швейцария немного ухудшила свои позиции и спустилась на 6 место. Однако, не смотря на результаты рейтинга, Швейцария остается одним из лидеров в международном туризме, а благодаря своим захватывающим дух пейзажам, культурным традициям, отличной инфраструктуре и качеству, Швейцария является туристическим центром с большим потенциалом роста.

Прежде всего, продвижением туризма и туристских маршрутов, как среди местного населения, так и для иностранных туристов занимается федеральное правительство Швейцарии. Так в одном из швейцарских изданий «THE FEDERAL PROMOTION ACTIVITIES» в разделе посвященному политике в сфере туризма говорится о стратегии роста Швейцарии как туристического места назначения, федеральный совет установил структуру туристической политики, которая направлена на улучшение условий для компаний, работающих в туристической индустрии [1]. Федеральное правительство ориентировано на стратегическое управление проблемами в сфере туризма, цель состоит в том, чтобы определить проблему вначале и конструктивно сотрудничать с соответствующими партнерами. Стоит

заметить, что существенную финансовую поддержку оказывает федеральное правительство и сторонние фонды с членскими взносами, которые обеспечивают дополнительное финансирование сферы туризма. Таким образом, благодаря данной стратегии Швейцария с одной стороны успешно продвигает себя на туристских рынках Китая, Индии, Юго-Восточной Азии, стран Персидского залива и России, а с другой стороны концентрируется на том, чтобы отвоевать как можно больше европейских посетителей.

К настоящему времени в Швейцарии сложилась разветвленная многоуровневая система регулирования развития туристического рынка. Координация развития туризма осуществляется на федеральном, региональном, кантональном и местном уровнях. В зависимости от хозяйственно-правовой формы организации субъектов этой системы следует выделить государственные институты, а также институты публичного и частного права.

Остановимся более подробно на структуре современной системы регулирования развития туризма в Швейцарии. По горизонтали существуют 3 равноправные, относительно независимые ветви (субсистемы) институтов, регулирующих туристическое производство: органы государственной власти и местного самоуправления; институты публичного права; частноправовые объединения, союзы [2].

Вертикальная иерархия системы регулирования туризма имеет 3 основных ступени: федеральный, кантональный и локальный уровни. В некоторых кантонах существуют также региональные объединения по туризму. Сосуществование региональных и кантональных институтов регулирования туристического рынка — это особенность Швейцарии. Наряду с административным делением на кантоны, в Швейцарии существует предложенная Центральным ведомством по туризму (ЦВТ) система туристических регионов. Туристические регионы не всегда совпадают с административными границами кантонов. На 25 кантонов приходится 11 туристических регионов, из них лишь 4 совпадают с кантонами. Границы этих регионов в значительной степени свободно конституируются на основе общности интересов. Существующие региональные организации по туризму выполняют функции «шарнира» между национальным рекламным агентством по туризму, каковым является ЦВТ, и многообразием туристических предприятий.

Вертикальные связи институтов системы регулирования туризма построены по так называемому «принципу воронки». Его сущность заключается в следующем: весь информационный поток идет по вертикали от верхних уровней к базовому (уровню предприятия). На федеральном уровне разрабатывается национальная концепция развития туризма (или его отдельного аспекта), которая представляет собой комплексное рассмотрение проблем отрасли во взаимосвязи с конституирующими системами об-

щественного бытия: экономикой, окружающей средой, социальной жизнью общества. Деятельность институтов туристической политики на кантональном уровне (федерации) базируется на кантональном законодательстве по туризму, которое, в свою очередь, является основой для уставов локальных и региональных федераций по туризму. Последние являются проводниками общегосударственной политики в области туризма на местах и в тоже время учитывают интересы непосредственных производителей. «Принцип воронки» также наглядно показывает, для кого предназначен весь аналитический и информационный поток, берущий начало на верхних ярусах управления отраслью.

Швейцарская политика в области туризма основана на принципе строгого разделения функций и координации деятельности всех ответственных структур. Вверх по иерархической лестнице растет роль соответствующих институтов как информационно-консультационных и координационных центров.

Сравним функции отдельных институтов различных subsystems системы регулирования рынка туризма.

На национальном уровне каждый из федеральных департаментов Швейцарской Конфедерации рассматривает в пределах своей компетенции отдельные аспекты туристического производства. Департамент финансов, например, ведает вопросами экспертной оценки финансирования мероприятий по развитию туристического производства; Департамент по статистике отвечает за организацию регулярной статистической отчетности по туризму и расчет национального туристического баланса; Департамент народного хозяйства осуществляет финансирование и контроль над ним в области регионального планирования развития туризма, предоставления инвестиционной помощи и кредитов туристическим предприятиям, проводит мероприятия по совершенствованию профессиональной подготовки кадров для туристической индустрии и т. п.

Важную роль в системе государственного регулирования отрасли выполняет Служба по туризму. Служба по туризму отвечает за разработку основ туристической политики правительства, в круг ее обязанностей входит поддержание контактов со всеми туристическими организациями страны.

Функциональная децентрализация неизбежно обуславливает необходимость существования органа, координирующего усилия такого множества структур. Подобным органом в Швейцарии является Совещательная комиссия по туризму, которая объединяет представителей 5 федеральных министерств, так или иначе связанных с туристическим производством, а также Центральное ведомство по туризму Швейцарии, Общество по кредитованию гостиничного хозяйства и 12 крупнейших туристических объединений и предприятий страны.

Разработка общей концепции политики Федерального правительства в области туризма является прерогативой Федеральной службы по туризму. В круг задач последней входят также сотрудничество и поддержка в области планирования туристического производства, рекламы туризма, участие в деятельности международных туристических организаций. Вышеуказанные задачи относятся к исполнительским функциям (Vollzug) Службы по туризму. Наряду с ними, данный государственный институт координирует деятельность федеральных ведомств, а также федеральных органов, туристических предприятий и организаций [2].

Совещательный совет по туризму при Федеральном правительстве координирует усилия служб всех заинтересованных федеральных ведомств, а также организаций, представляющих производителей туруслуг. Совещательный совет окончательно формулирует федеральную концепцию развития туризма, которая является основой для кантонального законодательства по туризму и для региональных программ развития.

Важнейшими каналами финансовой политики государства в области регулирования экспансии туристического производства являются национальные туристические институты публичного и частного права, которые частично субсидируются федеральным правительством. Речь идет прежде всего о Центральном ведомстве по туризму в Швейцарии, Швейцарском обществе по гостиничному кредиту и Швейцарской федерации по туризму.

Центральное ведомство по туризму в Швейцарии — это крупнейшее национальное рекламное агентство, основной целью которого является привлечение в страну иностранных туристов и оживление туристического спроса внутри страны. Деятельность этой организации в значительной степени финансируется Федеральным правительством.

Важнейшими функциями данного ведомства являются: стимулирование за рубежом и внутри страны спроса на туристические услуги в Швейцарии; координация маркетинговой деятельности региональных и кантональных Союзов по туризму (Verkehrvereine); рыночные исследования и информационные услуги.

Институты частного права также имеют четко выраженную функциональную специализацию. Одним из таких институтов является — Союз швейцарских владельцев гостиниц, который делает акцент на финансировании системы подготовки и переподготовки кадров для гостиничного хозяйства. Интересы владельцев средних, семейных гостиниц представляет Швейцарский союз владельцев семейных гостиничных предприятий.

Наиболее значительное национальное объединение производителей туристических услуг — Швейцарская федерация по туризму (Schweizerischer Fremdenverkehrsverband). В ее компетенцию входит: объединение всех субъектов туристического производства в единой национальной организации; защита интересов и «право голоса» на национальном, региональ-

ном и местном уровне; участие в работе разнообразных комиссий и служб национального значения; исследование и профессиональное обучение; информационные услуги, просветительская работа; планирование туристического производства» [3].

Швейцарская федерация по туризму имеет свой печатный орган — журнал «Hotel + Touristikrevue», публикует информационный бюллетень о деятельности федерации и швейцарской политике в области туризма.

Президент Швейцарской федерации по туризму, национальный и правительственный советник Б. Мюллер, отмечает: «Наличие подобных частнопроводных союзов является чертой демократического государства, в отличие от тоталитарного режима» [4].

Делая вывод, подчеркнем, что иерархия служб разных уровней не носит подчинительного характера, это — чисто логическая иерархия. Каждое «объединение по туризму — на национальном, коммунальном или ином уровне является самостоятельной, независимой хозяйственной единицей, подотчетной только своим учредителям. Координация деятельности всех звеньев системы в значительной степени построена на принципе экономической целесообразности и понимании необходимости объединения усилий всех как условия выживания каждого.

Изучив структуру регулирования туризма в Швейцарии, остановимся на некоторых нормативных документах, относящихся к сфере туризма:

1.»Концепция по развитию туризма в Швейцарии». Одной из стратегических задач данной концепции является координация интересов развития экономики туризма с общественными интересами и улучшением экологии среды обитания человека.

2. Программа стимулирования политики в сфере туризма на 2016–2019. Программа направлена, в частности, на поддержание индустрии туризма. Кроме того, она способствует решению проблем, связанных с высокой стоимостью швейцарского франка.

Программа включает в себя четыре мероприятия:

- модернизация гостиничной индустрии;
- укрепление качества и разработке продуктов;
- оптимизация структуры и усиление сотрудничества;
- увеличения распространения знаний.

3. Стратегия развития туризма в Швейцарии на 2012–2015г. г.

Политика в области туризма основана на четырех основных стратегиях. Первая стратегия: идентификация и занятие темами на ранней стадии (стратегическое управление проблемой).

Вторая стратегия: усиление координации и сотрудничества (поперечные частные задачи).

Третья стратегия: увеличение привлекательности предложений в туризме.

Четвертая стратегия: усиление присутствия рынка Швейцарии как страны для туризма.

Данные стратегии разработаны на среднесрочную и долгосрочную перспективу. Программы внесут важный вклад в успех новой стратегии роста Швейцарии как страны туризма.

Цели и области применения, а также конкретные проекты и мероприятия будут разработаны для каждого из четырех основных стратегий [5].

В заключение отметим, что руководящие принципы национальной политики по туризму изображают Швейцарию как успешную и привлекательную страну для туризма, при этом она является одной из самых конкурентоспособных стран в мире.

Рассмотрев современный опыт развития сферы туризма на примере Швейцарской Конфедерации, перейдем к Российской Федерации, поскольку российский рынок туризма неразрывно связан с международным туризмом.

В настоящее время правовое регулирование туристской деятельностью осуществляется только на государственном уровне. Так, главным документом в сфере туризма является ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [6]. Данный закон определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, и регулирует отношения, возникающие при реализации права граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяет порядок рационального использования туристских ресурсов Российской Федерации.

Остановимся более подробно на основных положениях закона:

1. Государство, признавая туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации:

- содействует туристской деятельности и создает благоприятные условия для ее развития;
- определяет и поддерживает приоритетные направления туристской деятельности;
- формирует представление о Российской Федерации как стране, благоприятной для туризма;
- осуществляет поддержку и защиту российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений.

2. Основными целями государственного регулирования туристской деятельности являются:

- обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий;

- охрана окружающей природной среды;
- создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;
- развитие туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан Российской Федерации, развитие международных контактов, сохранение объектов туристского показа, рациональное использование природного и культурного наследия.

3. Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности являются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодетельного туризма.

4. Государственное регулирование туристской деятельности осуществляется путем:

- создания нормативных правовых актов, направленных на совершенствование отношений в сфере туристской индустрии;
- содействия в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;
- защиты прав и интересов туристов, обеспечения их безопасности;
- стандартизации в туристской индустрии, сертификации туристского продукта;
- установления правил въезда в Российскую Федерацию, выезда из Российской Федерации и пребывания на территории Российской Федерации с учетом интересов развития туризма;
- создания благоприятных условий для инвестиций в туристскую индустрию;
- налогового и таможенного регулирования;
- содействия кадровому обеспечению туристской деятельности;
- развития научных исследований в сфере туристской индустрии;
- содействия участию российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений в международных туристских программах;
- обеспечения картографической продукцией;
- иными способами, применяемыми в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Отдельно следует отметить, что в сфере туризма действует ряд утвержденных государственных стандартов, которые являются одним из эффективных инструментов регулирования рынка туристских услуг, позволяющих воздействовать как на недобросовестных изготовителей, так и на продавцов, и потребителей туристских услуг.

Базу стандартизации, существующей в сфере туризма и гостиничного хозяйства, в настоящее время составляют следующие государственные стандарты:

1. ГОСТ Р 50644–2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Настоящий стандарт устанавливает требования по обеспечению безопасности жизни, здоровья, имущества туристов при совершении путешествий.

2. ГОСТ Р 50681–2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Настоящий стандарт устанавливает порядок и правила проектирования туристских услуг, в том числе входящих в туристский продукт.

3. ГОСТ Р 50935–2007 Услуги общественного питания. Требования к персоналу. Настоящий стандарт устанавливает общие минимальные требования к обслуживающему, производственному и административному персоналу предприятий общественного питания различных типов и классов всех форм собственности.

4. ГОСТ Р 53423–2009 Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения. В настоящем стандарте приведены определения употребляемых в туристской индустрии терминов, связанных с различными типами размещения и другими сопутствующими услугами.

5. ГОСТ Р 53522–2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения. Настоящий стандарт распространяется на туристские и экскурсионные услуги и применяется юридическими лицами, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, и индивидуальными предпринимателями.

6. ГОСТ Р 53998–2010 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования. Настоящий стандарт устанавливает общие требования к туристским и экскурсионным услугам, предназначенным для людей с ограниченными физическими возможностями.

7. ГОСТ Р 54599–2011 Услуги средств размещения. Общие требования к услугам санаториев, пансионатов, центров отдыха. Настоящий стандарт устанавливает общие требования к услугам санаториев, пансионатов, центров отдыха.

8. ГОСТ Р 54601–2011. Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения. Настоящий стандарт устанавливает требования безопасности к туристским услугам, включающим активные виды передвижения и отдыха, формируемым туристскими организациями и индивидуальными предпринимателями.

9. ГОСТ Р 54604–2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования. Настоящий стандарт устанавливает общие требования к экскурсионным услугам, процессам их формирования и оказания.

10. ГОСТ Р 54605–2011. Туристские услуги. Услуги детского и юношеского туризма. Общие требования. Настоящий стандарт устанавливает общие требования к туристским и экскурсионным услугам, оказы-



ваемым для детей и юношества, и предназначен для применения организациями и индивидуальными предпринимателями, специализирующимися на детском и юношеском туризме.

11. ГОСТ Р 54606–2011. Услуги малых средств размещения. Общие требования. Настоящий стандарт устанавливает общие требования к средствам размещения с номерным фондом не более 50 номеров, предназначенным для временного проживания туристов, и предоставляемым в них услугам.

12. ГОСТ Р 54600–2011. Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования. Настоящий стандарт устанавливает общие требования к туристским услугам, оказываемым туристскими агентствами.

13. ГОСТ Р 53997–2010 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования. Настоящий стандарт устанавливает требования к информации, предоставляемой потребителям туристских услуг.

Развитие сферы туризма, обладающей экономическим мультипликативным эффектом, имеет важное значение в формировании валового внутреннего продукта и нацелено на повышение качества жизни населения, в связи с этим государство регулярно разрабатывает стратегии развития туризма в РФ. Основные направления развития туризма в России определены в Стратегии его развития в Российской Федерации на период до 2015 года и плане мероприятий по её реализации. Положения Стратегии являются основой для общегосударственного понимания места и роли туризма в экономике страны. Они направлены на реализацию фундаментальных задач развития отрасли, являются для органов исполнительной власти всех уровней ориентиром в выработке ключевых направлений государственной поддержки туристской индустрии.

В стратегии долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года отмечено, что туризм является экономически выгодной и экологически безопасной отраслью национальной экономики, существенным звеном инновационного развития страны [7].

Между тем для развития туризма активно используется программно-целевой метод, в соответствии с данным методом, формируется федеральная целевая программа развития внутреннего и въездного туризма. Важнейшим этапом в развитии туристского сектора является принятие в 2011 году федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», принципы которой основаны на партнёрстве государства и частного сектора. Реализация программы позволит повысить конкурентоспособность отечественного туристского рынка, создать условия для развития туристской инфраструктуры, привлечь инвестиции в отрасль. Мероприятия программы направлены также на повышение эффективности продвижения национального туристского продукта на внутреннем и международном рынках, совершенствование системы подготовки кадров.

Целью программы является повышение конкурентоспособности российского туристского рынка, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах.

Достижение цели Программы будет обеспечиваться решением следующих основных задач:

1. «Развитие туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации»;
2. «Повышение качества туристских услуг»;
3. «Продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках»:

Общий объем финансирования программы составляет 332 млрд. рублей. Финансирование программы планируется осуществлять за счет средств федерального бюджета в размере 96 млрд. рублей, средств от бюджетов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований в размере 25 млрд. рублей и средств внебюджетных источников в размере 211 млрд. рублей [8].

Также существуют различные региональные программы туристской направленности («Развитие внутреннего и въездного туризма в Нижегородской области в 2012–2016 годах»; «Развитие сферы туризма в Республике Татарстан на 2013–2016 годы»; «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012–2018 годы» и т. д.).

Для поддержания экономической стабильности, роста туристской индустрии и увеличения притока иностранной валюты создаются национальные организации. Основными видами деятельности национальных организаций являются продвижение туризма в России, а также попытки расширить сотрудничество правительства и частной индустрии. На региональном уровне к субъектам управления туризмом (управляющей подсистеме) относятся Правительство РФ, Министерство РФ по физической культуре, спорту и туризму, местные органы власти, комитеты (или департаменты) по туризму и др.

В мировой практике основной формой политики в области туризма является создание ассоциаций туристских фирм, агентств, туроператоров, перевозчиков, гостиниц, ресторанов. Это связано с тем, что общественные организации более гибко, чем государственные, реагируют на изменения рынка, пожелания клиентов, более детально и профессионально разбираются в тонкостях организации процесса генерации и предоставления услуг. С учетом их предложений и требований формируется и национальная туристская политика страны. Сегодня российские туристские фирмы и агенты поняли, что на мировом рынке решающее значение будет иметь стратегия развития туризма, основанная на активном кооперировании партнеров из общественного и частного секторов [9].

Среди таких организаций можно выделить следующие:

1. Российская ассоциация туристских агентств (РАТА). РАТА была создана в Москве 25 июля 1993 г. для преодоления негативных тенденций в сфере туризма и поддержки туристского бизнеса в России. РАТА является добровольным некоммерческим объединением юридических лиц, занимающихся туристским бизнесом, и создана в целях координации их деятельности, обеспечения защиты их прав и представления общих интересов в государственных и иных органах, а также в международных организациях.

С 1997 г. РАТА — полноправный член Всемирной туристской организации (ВТО). РАТА имеет несколько региональных отделений: Северо-Западное (Санкт-Петербург), Ярославское, Тверское, Южно-Российское (Краснодар), Хабаровское, Приморское (Владивосток), а также представительства в Крыму (Симферополь) и Великобритании (Лондон). В Ассоциацию входят 242 компании из 58 российских городов 26 субъектов Федерации.

2. Всероссийское народное туристское общество (ВНТО). ВНТО — добровольное, самоуправляемое некоммерческое формирование, созданное по инициативе граждан и юридических лиц, объединившихся на основе общности интересов для реализации совместных целей, указанных в уставе.

Одна из первоочередных задач ВНТО — восстановление и развитие туристского пространства России

3. Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «Турпомощь» — объединение туроператоров в сфере выездного туризма является некоммерческой организацией, представляющей собой единое общероссийское объединение, которое основано на принципе обязательного членства юридических лиц, осуществляющих на территории Российской Федерации туроператорскую деятельность в сфере выездного туризма, и действует в целях оказания экстренной помощи туристам. Экстренная помощь туристам, оказавшимся в сложной ситуации за границей, осуществляется объединением «Турпомощь» за счет формируемого компенсационного фонда. Фонд формируется за счет взносов туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, перечисляемых в денежной форме в размере 0,1 процента объема денежных средств, полученных каждым туроператором от реализации в сфере выездного туризма туристского продукта [10].

4. Российский союз туриндустрии — крупнейшее предпринимательское объединение отрасли, в состав которого входит более 1000 организаций турбизнеса, гостиничного хозяйства, санаторно-курортного комплекса, а также транспортные, страховые, консалтинговые компании, учебные заведения, региональные ассоциации и органы управления туризмом, а также средства массовой информации, регулярно освещающие вопросы развития туризма. Создано 25 июля 1993, до 2002 называлось «Российская ассоциация туристических агентств» (РАТА).

Задача объединения — создание в РФ цивилизованного туристического рынка и содействие развитию отечественной туристической индустрии на федеральном и региональном уровнях.

В структуре РСТ 14 региональных отделений: Бурятское, Краснодарское, Красноярское, Крымское, Нижегородское, Приморское, Ростовское, Самарское, Северо-Западное, Тверское, Удмуртское, Хабаровское и Центрально-Черноземное. Есть представительства в Великобритании, Германии, Израиле, США и Канаде. В рамках РСТ работают комитеты и комиссии: по внутреннему туризму, по въездному туризму, по детскому и молодёжному туризму, автобусная, авиатранспортная, санаторно-курортная и др.

Основные направления работы Союза — разрешение возникающих на рынке конфликтных ситуаций, совершенствование системы туристических формальностей, подготовка кадров, подготовка отраслевой системы статистического учёта и отчетности, бухгалтерского учёта и налогообложения, привлечение инвестиций для развития туристической инфраструктуры, рекламно-информационное обеспечение продвижения российского турпродукта на внутреннем и внешнем рынках.

Ещё одним существенным шагом в развитии туристской индустрии послужило создание туристско-рекреационных особых экономических зон. Они представляют собой часть территории Российской Федерации, на которой действует особый режим предпринимательской деятельности. В основе функционирования туристско-рекреационных зон лежит механизм государственно-частного партнерства. За счет средств бюджета Российской Федерации, субъектов РФ и муниципальных образований в туристско-рекреационных зонах строятся все объекты инфраструктуры для обеспечения их необходимыми мощностями. Частные инвесторы — резиденты за свои средства строят туристические объекты. В особых экономических зонах туристско-рекреационного типа привлекательны налоговые преференции, административный режим, льготные условия по аренде и выкупу резидентами земельных участков, входящих в территорию туристско-рекреационной зоны.

В России создано 14 особых экономических зон туристического типа. Семь туристических зон располагается на территории Иркутской области, Алтайского края, Республики Алтай, Республики Бурятия, Калининградской области, Ставропольского края, Приморского края. Туристический кластер из 7 особых экономических зон создан на основании постановления Правительства Российской Федерации от 18 октября 2010 года на территории Зеленчукского района Карачаево-Черкесии; Апшеронского района Краснодарского края; Майкопского района Адыгеи; Черкесского, Чегемского, Эльбрусского районов Кабардино-Балкарии; Алагирского и Ирафского районов Северной Осетии; Хунзахского района Дагестана; а также Джейрахского и Сунженского районов Республики Ингушетия [7].

Таким образом, государственному регулированию развития рынка туризма в Российской Федерации уделяется внимание, что отражается на решении вопросов занятости населения, создании работающего сектора малых и средних предприятий, увеличении доходов населения, формировании налогооблагаемой базы. Однако, налицо существенное отставание туристской отрасли от мировых стандартов в сфере управления, организационных и производственных технологий, законодательного обеспечения туристской деятельности, поскольку государство в полном объеме не осуществляет разработку стратегических ориентиров развития отрасли.

Основными причинами, сдерживающими развитие туризма в России, являются:

1. Не достаточно используется передовой опыт других стран в области дифференцированного налогообложения туристской отрасли, поэтому за счет накоплений российских граждан активно развивается не российский, а курортный и туристический комплекс ряда зарубежных стран;

2. Не разработана единая система нормативных правовых актов и экономических механизмов, обеспечивающих эффективное функционирование индустрии туризма;

3. Отсутствуют эффективные механизмы для привлечения отечественных и иностранных инвестиций в сферу российского туризма;

4. Не создана целостная система обеспечения безопасности; распад системы туристских клубов по месту жительства (за последние 15 лет их количество в России уменьшилось более чем в 20 раз);

5. Многочисленные нарушения права граждан (туристов) на свободу передвижения по территории России (противоречащие федеральному законодательству нормативные акты местных властей и должностных лиц, чрезмерное расширение пограничных зон и усложненный порядок получения пропусков, незаконное взимание платы на природоохранных территориях за посещение национальных парков и заповедников и др.);

6. Отсутствие достоверной информации о введении каких-либо ограничений на посещение другого региона (района) России в нужное время, о правилах оформления документов для посещения, адресах и телефонах организаций, куда необходимо обращаться.

Подводя итог, отметим, что на сегодняшний день наиболее актуальными являются следующие направления государственной политики Российской Федерации в области развития туризма:

1. Разработка и создание целостной и экономически выгодной системы развития сферы туризма (приоритет — внутреннему и въездному туризму, эффективное управление в сфере выездного туризма).

2. Формирование современной системы обеспечения безопасности и страхования в туризме.

3. Учитывать опыт развития западного рынка туризма и методологию его исследования на примере Швейцарской Конфедерации.

### **Список использованных источников:**

1. THE FEDERAL PROMOTION ACTIVITIES // Publisher: State Secretariat for Economic Affairs SECO, March 2015.
2. Das schweizerische Tourismuskonzept, Bern, 1979, S. 3.
3. Schweizer Tourismushandbuch, 1989/90, Bern.
4. Mueller B., Die Rolle des SFV im politischen Spannungsfeld, in: Jahresbericht des Schweizerischen Fremdenverkehrsverbandes, Bern, 1982.
5. Summary of the growth strategy for Switzerland as a tourism destination (2012–2015).
6. Федеральный закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996г. (№ 132-ФЗ).
7. Королева Н. В. Анализ современного состояния развития туризма в Российской Федерации/ Н. В. Королева// Вестник Адыгейского государственного университета, 2013. № 1 (115).
8. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 — 2018 годы)».
9. Квартальнов, В. А. Туризм: учебник / В. А. Квартальнов. М.: Финансы и статистика, 2002. — 316 с.
10. Материалы с сайта Ассоциация «Объединение туроператоров в сфере въездного туризма «Турпомощь» <http://www.tourpom.ru/>

### **ОПЫТ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ЗАРУБЕЖНОМ И РОССИЙСКОМ ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ (2008–2009 гг.)**

*Калинина У. С.  
Рылова Н. И.*

После мирового расцвета гостиничного сектора в 2005–2007 гг. индустрия гостеприимства ощутимо пострадала от последствий мирового финансово-экономического кризиса, «пик» которого пришелся на 2008–2009 гг. Международные высококласные гостиничные бренды, в портфолио которых находятся отели в разных странах мира, в первую очередь, ощутили снижение туристического потока и уменьшение количества деловых поездок из США.

Однако к середине 2008 г. стало очевидно, что из-за вовлеченности в американские финансовые операции банковских систем других стран кризис приобрел глобальный характер. По данным Всемирной туристской организации от 2 октября 2009 г., только за первые семь месяцев 2009 г. общее число международных туристских прибытий в мире составило 500 млн., что на 40 млн. меньше, чем за аналогичный период 2008 г. Ито-

говый результат 2009 г. оказался на 6 % хуже, чем годом ранее. В ходе маркетингового исследования, проведенного Boston Consulting Group в декабре 2009 г., 44 % жителей ФРГ по-прежнему оценивали отдых как невозвратительную роскошь. По официальным данным Пограничной службы ФСБ РФ, в 2009 г. число отдыхающих в России иностранцев сократилось на 15 % по сравнению с 2008 г. По данным риэлторской компании Knight Frank, заполняемость московских гостиниц категории «пять звезд» уменьшилась на 21 % в период с января по июнь 2009 г. по сравнению с аналогичным периодом 2008 г.

По данным Dow Jones, в конце 2009 года банк Credit Suisse снизил рекомендации по акциям многих гостиничных сетей из-за снижения цен во всех регионах, где они работают (Rezidor, Intercontinental). Выручка с номера в 2009 году снизилась примерно на 21 % в США и на 20 % в Европе по причине экономического спада, который заставил корпорации сокращать деловые поездки и их продолжительность до 1–2 дней, вместо 3–4. Критическое снижение цены за гостиничный номер наблюдалось в феврале 2010 года.

По данным HRG, в Дубае цены упали на 24 %, в Цюрихе — на 21 %, в Москве доход с номера упал на 25 %. Рынок высококлассных отелей оказался в противоречивой ситуации: выявлялась необходимость снижения цен, но уценка роскошного гостиничного продукта и его общедоступность недопустимы. На рынке международных отельных компаний наблюдался период «маятниковых колебаний», отсутствовала продуманная стратегия борьбы с конкурентами в новых экономических условиях.

Многие высококлассные отели в кризис стали искать другие способы управления отелями вместо прямой собственности.

Чтобы снизить ущерб, многие отели вынуждены были внедрять проекты по инновационному сокращению расходов, включая затраты на персонал, операционные закупки и содержание гостиничного фонда. Однако, данной тенденции придерживались не все компании, так например, компания The Rocco Forte Collection при работе с корпоративными клиентами придерживалась гибкой ценовой политики. В частности, предоставлялись глобальные скидки для корпоративных клиентов, использующих несколько отелей коллекции. Агрессивный маркетинг также стал очень важен в кризисный период. Менеджеры продавали гостиничные номера по всем нестандартным каналам, включая создание пакетных предложений и продажи через веб-сайты [3].

Необходимость соблюдения гостиничной компанией правильного баланса между удовлетворением потребностей клиентов и сокращением затрат, чтобы продолжать оставаться высокоэффективным и доходным бизнесом, требует детального анализа. Нестабильность финансовой ситуации в мире и цикличность кризисных явлений делают актуальным (для

гостиничной индустрии в целом и пятизвездочных гостиничных предприятий в частности) систематизацию теоретических знаний и практического опыта с тем, чтобы укреплять свое конкурентное положение на рынке. В период экономической нестабильности побеждают сильнейшие, наиболее конкурентоспособные гостиничные компании, аутсайдерами гостиничного рынка становятся компании, своевременно не реагирующие на изменения внешней и внутренней среды, чуждые инновационного развития. Необходимость в инновационных стратегиях развития конкурентоспособности, не рассматривающихся гостиничными компаниями в условиях гостиничного «бума»; эффективное формирование конкурентных преимуществ пятизвездочных гостиничных предприятий и уточнение классификации высококлассных гостиничных предприятий для применения в экономических условиях, отличающихся от нормальных, с учетом требования «рынка покупателя», а не «рынка отеля» [4].

Мировой финансово-экономический кризис отозвался в России спадом рынка туруслуг на 17,8 % — по итогам 2009 года общий объем проданных услуг в сфере туризма составил 782 млрд. рублей. Однако в 2010 году рынок продемонстрировал рост на 15,3 %, хотя и не дотянул до уровня 2008 года. Такие данные по итогам проведенного исследования привел аналитик департамента консалтинга РБК Сергей Хитров на форуме «Оптимизация взаимодействий между турагентствами и туроператорами», прошедшем в рамках выставки МИТТ-2011. Г-н Хитров отметил, что аналитики РБК прогнозируют возврат рынка туруслуг в России на докризисный уровень уже в этом году [8].

В 2010 году на гостиничный рынок Москвы вышло более 1,7 тыс. номеров — столько же, сколько было введено в совокупности за два кризисных года. Любопытно, что впервые за последние четыре года 70 % нового номерного фонда представлено объектами класса люкс, тогда как ни один трехзвездный объект построен не был. Активно шла не только стройка, но и восстановление операционных показателей в сегменте: по уровню загрузки отеля вышли на докризисный уровень. Правда, стоимость проживания и доходность бизнеса пока на 25 % отставали от 2008 года. В отличие от других сегментов коммерческой недвижимости объем ввода на гостиничном рынке в 2010 г достиг докризисного уровня, рассказала директор департамента консалтинга и оценки NAI Becar Маргарита Трофимова. По итогам года на рынок отелей Москвы вышло свыше 1,7 тыс. номеров, а их общее количество увеличилось до 36 тыс. комнат (из них чуть более 14 тыс. — объекты международного уровня, следует из отчета Jones Lang La Salle Hotels).

При этом впервые с 2007 года большая часть новых гостиниц — более 1,2 тыс. номеров — пятизвездные, отмечают в NAI Becar, в том числе Radisson Royal Hotel Moscow (Украина), Lotte Hotel и Renaissance Moscow



Monarch Centre. В предыдущие годы более половины ввода приходилось на более доступные объекты уровня три-четыре звезды. Замдиректора по развитию CB Richard Ellis Станислав Ивашкевич объяснил эту тенденцию историческим фактором: *«Открытие бюджетных гостиниц проще остановить, тогда как дорогие объекты собственнику выгоднее запустить даже в кризис, чем нести издержки от неработающего отеля».*

Вывод новых объектов не снизил загрузку столичных гостиниц. Согласно данным Cushman & Wakefield (C&W), в среднем по рынку этот показатель превысил уровень 2008 года — 69,1 % против 66,7 %. Более всего были загружены отели среднеценового сегмента — 74,6 %. Несмотря на увеличение потока гостей, отели не вышли на докризисный уровень доходности и отставали от него на 26,4 %, заметили в C&W. Показатель RevPAR по итогам 2010 года достиг 4,5 тыс. руб. против почти 6,2 тыс. руб. в 2008 году.

Рост загрузки и не увеличивающиеся доходы легко объяснимы: в 2009 году владельцы гостиниц продолжали снижать цены, привлекая тем самым клиентов. *«Отельеры заняли стратегически правильную позицию: обеспечивать доходы гостиниц путем увеличения загрузки (а заодно и лояльности потребителей) при относительно стабильных, но гибких ценах, — объясняет г-жа Трофимова. — Средний уровень цен на размещение остался стабильным по сравнению с предыдущим годом».* По подсчетам C&W, средняя цена номера в Москве в 2010 году составляла немногим менее 6,6 тыс. руб., что на 28,9 % ниже уровня 2008 года и на 8 % ниже 2009 года [7].

Мировая гостиничная индустрия после провального 2009 года восстанавливала доходность. Однако это происходило за счет увеличения загрузки, а не роста цен, констатировал директор представительства по глобальным продажам в России и СНГ Inter Continental Hotels Group Алексей Волов. *«То, что цены оставались на низком уровне — сдерживало доходность. Единственный сегмент рынка, где происходил рост цен — luxury»*, — сказал А.Волов. Говоря о мировой гостиничной индустрии, он отметил, что рост доходности происходит, в основном, за счет рынка Юго-Восточной Азии, которая пользуется все большей популярностью у туристов.

*«Доходность там выросла на 24 %. Положительная динамика доходности отмечается в Европе и Америке, но только за счет роста загрузки»*, — сообщил представитель Inter Continental Hotels Group. При этом А.Волов подчеркнул, что в России за два кризисных года произошли сдвиги, рентабельность основных игроков выросла, а российский гостиничный рынок стоит на пороге масштабной консолидации.

Наибольшее воздействие на туристический рынок и гостиничную индустрию, по его мнению, оказал стремительный рост Интернет-продаж,

которые вытесняли традиционные каналы. Например, доля прямых в продажах в Inter Continental Hotels Group, по оценке А.Волова, составляет 45 %, из них 25 % — сделаны по Интернет-каналам [5].

В Европейском Союзе последствия кризиса можно охарактеризовать следующими цифрами: согласно данным Европейского статистического бюро Eurostat, за 2009 год самый значительный спад турпотока произошел в Латвии. Количество ночей, проведенных туристами в гостиницах этой страны, уменьшилось на 23,3 %.

Далее в списке, зафиксировавшем уменьшение числа туристов, следуют Литва (20,4 %), Кипр (19,7 %) и Словакия (18,1 %). Наименьший спад отмечен в Германии (1,4 %), Великобритании (1,7 %), Словении (2,1 %) и Австрии (2,9 %).

В среднем число туристов во всех странах ЕС в 2009 году уменьшилось на 5,1 %; притом спад ощутили практически все члены сообщества, сообщает DELFI.lv. Исключением стала лишь Швеция с небольшим (0,1 %) ростом турпотока.

В целом в 2009 году туристы провели в гостиницах ЕС 1,496 миллиарда ночей, в том числе иностранные туристы — 658 миллионов [6]. В соответствии с итоговым докладом международной ежегодной туристической выставки ITB World Travel Trend в 2010 г., стабилизация туристического рынка ожидалась лишь к середине 2011 г., а небольшой рост — в 2012 г. Возвращение туристического рынка к докризисным объемам в 2011–2012 гг. связывалось с «оздоровлением» экономической ситуации во всем мире, но прогнозы по выходу из кризиса национальных экономик были различны.

Однако, несмотря на спорные статистические данные рынок гостиничной индустрии к 2012 году восстановил свои показатели загрузки номерного фонда. Многим обособленным гостиницам и гостиничным сетям период кризиса помогли преодолеть следующие меры:

1. Уменьшение стоимости гостиничных номеров.
2. Гибкая ценовая политика, отражавшаяся в предоставлении корпоративных скидок организациям, различных акциях и спецпредложениях.
3. Повышение затрат на рекламу и промо-акции.
4. Сокращение расходов, включая затраты на персонал, операционные закупки и содержание гостиничного фонда.
5. Прекращение деятельности отелей на период «мертвого сезона».
6. Активные продажи номерного фонда через интернет-ресурсы.

В целом, следует заметить, что экономический кризис 2008–2009 годов наиболее остро задел страны ЕС и США, поскольку многие предприятия стран ЕС зависели от экономической стабильности Соединенных Штатов, потеря данной стабильности нанесла серьёзный удар о экономике зависимых стран в том числе и по туристической отрасли.

Экономика Российской Федерации понесла меньшие потери, однако и в нашей стране чувствовалось сокращение иностранного турпотока, произошло замораживание многих инвестиционных проектов, связанных со сферой гостеприимства.

На данном этапе развития мировой экономики в гостиничной индустрии наименьший урон был нанесен пятизвездочным отелям, затраты на которые оправдывались как в период кризиса, так и по его завершению.

Отмечая основные тенденции Российской гостиничной индустрии последних лет, следует сказать, что на фоне спровоцированного кризисом падения спроса на услуги гостиничных организаций, а также усилением конкурентной борьбы на рынке гостиничных услуг, гостиничный бизнес стал больше уделять внимания, уровню сервиса и пошел на снижение стоимости услуг, внедрение различных маркетинговых акций, заключающихся в предложении разного рода скидок, бонусных программ, различных вознаграждений. Ряд гостиниц предложили клиентам программы, предусматривающие скидки в зависимости от количества гостей и объема приобретенных услуг, постоянным клиентам стали делать подарки, они представляют из себя приятные мелочи, которые даются с профессиональным сервисом, тем не менее, эти меры в ряде случаев работают для того чтобы гость захотел опять вернуться в эту гостиницу.

На данном этапе развития, одной из проблем отечественного гостиничного бизнеса является нехватка недорогих гостиниц, предоставляющих качественный сервис. Другой немало важной проблемой являются существенные трудности в области организации менеджмента, особенно на самом начальном этапе формирования гостиничного бизнеса. Перед открытием гостиницы необходимо провести детальное исследование рынка, изучить все его потребности. Не секрет, что некоторые из российских предпринимателей берутся за реализацию проектов не имея достаточного опыта управленческой работы, знаний предмета бизнеса, а также достаточной аналитической базы, не разбираясь даже в отраслевых стандартах, которым должны соответствовать гостиницы различных категорий.

По мнению экспертов, Россию наряду с Китаем, Бразилией и Индией в течение ближайших нескольких лет также будет подстегивать рост мирового гостиничного сектора. При поступательном развитии национальной экономики и бурном росте среднего класса в России в ближайшее десятилетие будет происходить увеличение количества деловых и туристических поездок.

Функциональную структуру современного российского гостиничного рынка определяют, наряду с организациями гостиничного хозяйства, так называемые дополнительные средства размещения. Для отечественных гостиниц, по сравнению с Европой характерна одна из самых высоких цен за гостиничный номер, которая в среднем составляет 147 евро. Во Фран-

ции, например, цена за номер составляет — 104 евро, а в Испании Италии, Германии, Австрии, Португалии, в среднем в 100 евро.

Лидерами отечественного гостиничного бизнеса являются Москва и Санкт-Петербург, где сконцентрировано около 18 % гостиничных номеров страны в Москве и 8 % — в Санкт-Петербурге. По финансовым показателям гостиничного бизнеса Москва лидирует с большим отрывом, получая около половины всех доходов российского гостиничного рынка, которые составляют около 2,5 млрд. долл. Проблемой столичного рынка является дефицит гостиниц эконом класса. Она составляет около 35 тысяч номеров, это в 3 раза больше, чем потребность в номерах отелей более высокой категории.

Для регионального гостиничного рынка в целом характерно неравномерное развитие, не учитывающее потребности спроса. В результате, в немногочисленных гостиницах эконом класса, пользуясь отсутствием конкуренции, устанавливаются более высокие цены, которые не соответствуют ни качеству, ни уровню обслуживания. К отечественным особенностям современного развития гостиничного рынка эксперты относят строительство отелей высокого класса, развитие гостиниц, ориентированных на деловых туристов, и появление многофункциональных туристических комплексов, особенно в регионах с благоприятной инвестиционной обстановкой. Для Москвы и Санкт-Петербурга характерна ориентация инвесторов на строительство высокоразрядных гостиниц, это тенденция стала прослеживаться и в других российских регионах [2].

Относительно Европы, городами, в которых в 2014 году прогнозируется наибольший рост показателя доходности в расчете на один гостиничный номер, стали Дублин, затем Лондон и Париж, за которыми следуют Эдинбург, Берлин, Франкфурт, Вена и Москва. Как ожидается, в 2015 году лидером по этому показателю станет Лондон, за ним будут следовать Дублин, Лиссабон, Прага, Москва, Эдинбург, Цюрих и Франкфурт. Отсутствие новых предложений и повышенный спрос на гостиничные услуги в Дублине, как ожидается, приведет к тому, что показатель доходности на один гостиничный номер в этом городе возрастет в последующие два года на 5,2 % и 3,8 % соответственно. В Лондоне, несмотря на заметное увеличение количества предложений, стабильный спрос на гостиничные услуги, существующий в этом городе, приведет, по прогнозам экспертов, к обратной динамике данного показателя по сравнению с Дублином: в 2014 и 2015 годах он возрастет на 3,8 % и 5,2 % соответственно.

Отмечается, что следующие пять доминирующих глобальных тенденций будут оказывать значительное влияние на развитие мирового гостиничного бизнеса:

- Изменения в расстановке сил в мировой экономике. По мере того как «центр тяжести» мировой экономики смещается с Запада на Восток,

количество туристов, приезжающих из стран с развивающейся экономикой, будет, по мнению экспертов, возрастать. Гостиницам придется оказывать услуги клиентам, представляющим страны с разной культурой. По мере увеличения численности населения старше 60 лет и роста покупательной способности этих людей, отели должны будут учитывать потребности данной группы населения при разработке своего предложения услуг.

- Демографические показатели и социальные изменения. Старение населения западного мира, социальные изменения и отсутствие роста средних показателей доходности во всех развитых странах — все эти факторы самым различным образом повлияют на состояние гостиничного сектора.

- Достижения в области развития технологий. Новые технологии станут следствием развития социальных сетевых сервисов, услуг мобильной связи, аналитических данных и облачных технологий.

- Ускоренные темпы урбанизации. Существующие сегодня темпы урбанизации носят неустойчивый характер. Отмечается сдвиг в приоритетах людей — на первое место постепенно выходит не место работы как первоочередной выбор, а качество жизни.

- Устойчивое развитие, изменение климата и нехватка природных ресурсов. Масштабы использования природных ресурсов и уровень выбросов в окружающую среду оказывают разрушительное воздействие. В связи с этим гостиницам придется искать способы уменьшения воздействия на окружающую среду и (или) адаптации к новым условиям.

Перечисленные выше доминирующие глобальные тенденции таят в себе возможные последствия для гостиничного сектора, влияя на такие ключевые аспекты его существования, как клиенты, уровень конкуренции, бизнес-модели и технологии. В ответ на изменения в демографической структуре клиентской базы должно меняться и предложение услуг гостиничного бизнеса.

Роберт Милбурн, руководитель практики PwC по оказанию услуг предприятиям гостиничного сектора, прокомментировал сложившуюся ситуацию следующим образом:

«Несмотря на прогнозируемый экономический рост и рост гостиничного бизнеса в 2014 и 2015 годах, следует признать, что доминирующие глобальные тенденции и возникающие проблемы в корне меняют данный сектор. Те игроки на рынке гостиничных услуг, которые способны меняться вместе с демографическими, технологическими и экономическими изменениями, а также адаптироваться к возникающим переменам, имеют шансы добиться успеха. А те, кто не способен реагировать быстро и стратегически верно, могут столкнуться с серьезными трудностями, пытаясь выжить в этой плотной конкурентной среде».

Европа является крупнейшим в мире туристическим центром. В 2013 году здесь побывало свыше 560 млн туристов из разных стран. Города,

вошедшие в этот обзор, предлагают для размещения своих гостей свыше 680 тысяч гостиничных номеров и ежегодно принимают у себя около 80 млн зарубежных туристов [1].

Рассматривая услуги индустрии гостеприимства, следует отметить, что это один из крупнейших и широко представленных в международном масштабе бизнесов и видов деловой активности, в котором сконцентрирован огромный капитал и есть все предпосылки для дальнейшего устойчивого развития, как на отечественном, так и на мировом рынке.

#### **Список использованных источников:**

1. В Европе ожидается рост гостиничного бизнеса в 2014 и 2015 годах, согласно результатам исследования PwC: Экономический прогноз PwC. — М. 2014.
2. Галкин К. Д. Современные тенденции и особенности развития организаций гостиничного сектора. — Нижний Новгород.: Академия, 2014 — 37–39 с.
3. Тарасенко Э. В. Кризис — это время продвижения услуг высококлассных отелей Российское предпринимательство. №2, вып. 1(177). — М.: ЮНИТИ, 2011. — 134–139 с.
4. Тарасенко Э. В. Формирование конкурентных преимуществ «коллекции» отелей категории «пять звезд» тема диссертации и автореферата по ВАК 08.00.05.— М., 2011.
5. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://prohotel.ru/news-147581/0/> (дата обращения: 28.03.2015).
6. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://prohotel.ru/news-116139/0/> (дата обращения: 30.03.2015).
7. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://prohotel.ru/news-148038/0/> (дата обращения: 03.04.2015).
8. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://prohotel.ru/news-151754/0/> (дата обращения: 05.04.2015).

## **РАЗДЕЛ 3**

# **ТУРИЗМ В РЕГИОНАХ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ**

### **РАЗВИТИЕ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

*Никитина Т. В.*

На сегодняшний день возникла необходимость рассматривать туризм с точки зрения гуманитарного знания. Это не отменяет ценность экономических и правовых аспектов, играющих большую роль в формировании благоприятных условий для развития туризма.

Культурологический подход в туризме раскрывает его культурно-познавательную сторону: за основу туризма берутся культурно-познавательная деятельность человека в союзе с рекреацией, условия, в которых человек сможет реализовать себя и свои культурные и творческие потребности. Такое знакомство с культурой должно помогать человеку сформировать представление о многих сторонах жизни того или иного народа или культуры.

В последнее время набирает популярность этнокультурный туризм, среди самых важных предпосылок к укреплению этого вида туризма в России можно назвать:

1. Сложившаяся на протяжении многих веков аккумуляция и ассимиляция различных народов и культур: тюркская, славянская, финно-угорская и т. д.;
2. Синтез религий: язычество, наложившиеся на него православие, ислам, буддизм и т. п.;
3. Высокая степень этнического разнообразия населения;
4. Унифицирующая роль урбанизации
5. Необходимость продвижения этнических брендов России, как за пределами, так и внутри страны;
6. Государственная политика, направленная на межэтническую толерантность и укрепление внутрисоциальных отношений;
7. Сложившаяся за последние 1,5 года экономическая и политическая ситуация;
8. Подъем интереса к традиционной культуре.

Обращение к этническому аспекту культуры является базовым ориентиром этнокультурного туризма, который предполагает такую «сово-

купность различных форм туристской активности, которые обусловленные стремлением к познанию многообразия этнокультурной сферы» [2].

Пожалуй, одним их наиболее динамично развивающихся типов этнокультурного туризма, можно назвать этнический туризм — одно из направлений этнокультурного туризма, являющееся в настоящее время заманчивым для многих стран.

Под этническим туризмом, чаще всего, понимаются путешествия с целью приобщения к бытовому укладу и обычаям народов, ведущих традиционный или близкий к нему образ жизни.

В этом случае, необходимо упомянуть, что этнический туризм может быть представлен двумя основными видами: во-первых, аборигенный туризм, представляющий собой посещение существующих поселений, сохранивших особенности традиционной культуры и быта, с вовлечением части местного населения. Указанные поселения можно назвать демонстрационными, они бывают как постоянными, так и временными (например, стоянки кочевников-скотоводов или бродячих охотников и собирателей). Туристические маршруты, проходящие через такие поселения, существуют во многих странах. Так, популярным видом отдыха в Египте является сафари по пустыне на джипах, во время которого туристы посещают стоянки бедуинов и знакомятся с их кочевым укладом жизни. В России можно назвать туры по действующим стойбищам в ХМАО. Особо стоит отметить Краснодарский край, в котором реализовано несколько инвестиционных проектов, связанных с национальной культурой казаков («Атаманы»). В Удмуртии к этой группе можно отнести программу «Игра в Игре с Лопшо Педунем», в ходе которой туристы знакомятся со сказочным героем и традиционным укладом удмуртов.

Во-вторых, этноориентированный туризм, включающий в себя знакомство с музеями народного быта. Особый интерес вызывают этнографические музеи под открытым небом, содержащие образцы традиционной архитектуры, предметы быта и проводятся национальные праздники. Первый такой музей под открытым небом — Скансен - был создан в 1891 году в Швеции. Музей имеет богатый архитектурный фонд, в составе которого находятся все традиционные шведские постройки, на территории музея ежегодно проводятся различные фестивали как массовой, так и традиционной культуры. Наиболее известным из российских музеев под открытым небом считаются Кижы, расположенные на одноименном острове в Карелии. В этом музее собраны самые известные шедевры русского деревянного зодчества, кроме них на территории Кижей также находятся и традиционные постройки Русского Севера. Кроме того, погост в Кижях входит в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. За последние 5 лет в России существенно выросла популярность национальных музеев под открытым небом, в Удмуртии — самый знаменитый этнографический музей под открытым небом «Лудорвай».



На сегодняшний день, с экологическим туризмом сильно связан и такой вид этнокультурных туров как эколого-этнографические путешествия, «предпринимаемые с целью приобщения к самобытной культуре различных этно-территориальных сообществ в привычной среде их проживания» [1]. Важно, что при разработке данных туров основной акцент делается на традиционные системы жизнеобеспечения. Соответственно, подобный вид туров, будет иметь популярность на тех территориях, где народы, в большей степени сохранили эту систему традиционной жизнедеятельности. На сегодняшний день эколого-этнографические туры неплохо развиты в Иркутской области, Пермском краю, на Камчатке, в ЯНАО, в ХМАО и на других территориях Сибири, Дальнего Востока и Приполярного Урала.

Стоит упомянуть, что этнокультурный туризм в России имеет массу ресурсов: краеведческие, историко-краеведческие и историко-архитектурные музеи, историко-культурные и природные музеи-заповедники, а также — сохранившие выраженный этнокультурный колорит сельские поселения, городские кварталы и отдельные строения. Такое разнообразие ресурсной базы, множества ее вариантов, по мнению некоторых специалистов, наделяет этнический туризм в России едва ли не самым большим потенциалом к развитию. Несмотря на разброс в категориях этнокультурного туризма не стоит четко дифференцировать его (туризма) ресурсы, поскольку многие объекты участвуют практически во всех видах этнокультурных путешествий. Такая ситуация связана с тем, что потребитель (турист) требует от туристического рынка его максимальной диверсификации, т. е. в этнокультурный маршрут должны быть включены, по возможности, все формы традиционной жизнедеятельности какого-либо народа: его история, достопримечательности (культурные, исторические и пр.), предметы быта, кухня, сельское хозяйство и т. д. Особое внимание уделяется включенности туриста в туристическую программу, ее интерактивности.

В связи с этим в российском этнотуризме возникают соответствующие проблемы, которые поделены автором данной работы на 2 категории:

1. Социально-экономический блок проблем:

- Низкий уровень заработной платы;
- Недостаточный уровень образования работников туристической индустрии;
- Отсутствие высококвалифицированных специалистов в туризме, маркетинге и т. д.;
- Низкий уровень популяризации достопримечательностей, объектов туристического показа и т. д.;
- Отсутствие инвестирования;
- Завышенная стоимость туристических услуг;
- Отток туристов в зарубежные страны.

## 2. Культурный блок проблем

- Принцип «фастфуда», т. е. возникает ситуация, когда туристическая программа ориентирована на простоту, дешевизну, быстроту и насыщенность, что можно назвать как следствием глобализации, так и желанием туристических организаций в денежной наживе;
- Из первого следует второе: многие туристические организации при создании туристических программ отходят в сторону современных мифологем, опираясь на существующие запросы потребителя, как с целью привлечения туристов, так и от не недостаточного своего уровня образования.

Для того, чтобы несколько смягчить существующие проблемы, автором работы предлагаются следующие пути их решения:

1. Системная научно-исследовательская работа. Повышение качества образования специалистов, занятых в сфере туризма и культуры;
2. Создание благоприятного климата для инвестиций в стране;
3. Изменение ценовой политики объектов туристической инфраструктуры;
4. Создание привлекательного имиджа внутреннего туризма и конкурентоспособного туристического и культурного продукта;
5. Ориентация при возрождении и сохранении культурного наследия в сфере туризма на баланс и правдивость [3].

Таким образом, главная цель этнокультурного туризма заключается в знакомстве с бытом, культурой, традициями и обычаями народов, сохраняющих свою самобытность. Также одной из самых важных задач этнокультурного туризма становится популяризация традиционной культуры, и культуры в целом. При этом возникает одна очень существенная проблема — стараясь популяризовать традиционную культуру, создатели туристических программ, «на потребу времени», зачастую искажают сущность тех или иных элементов в культуре, поэтому китч в традиционной культуре и в туризме в России явление нередкое. Яркими примерами тому могут послужить такие ситуации как появление на этностойбище ханты надувного детского батута, асфальтированных тротуаров и т. д.

Но, если традиционная культура сейчас не будет задействована в туризме, то появляются серьезные опасения, связанные с ее забвением в народе.

### **Список использованных источников:**

1. Абрамов И. В. Культурный ландшафт как ресурс туризма (на примере Ханты-Мансийского округа Югры) // Географический вестник — 2009. — № 1.
2. Бутузов А. Г. Состояние и перспективы развития этнокультурного туризма в Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. — 2009. — №4. — С. 11–15.

3. Данилова И. А. Этнический брэндинг и этнографический туризм-симптомы глобализации (на примере проблемы возрождения и сохранения вепского культурного наследия) // Этнографический туризм как способ возрождения и сохранения этнокультурного наследия: Междунар. науч.-практ. Конференция. Режим доступа: <http://russiatourism.ru/news/1894/>.
4. Маковоз А. Н. Этнокультурный туризм как фактор развития территорий // Междунар. науч.-практ. Конференция. Режим доступа: <http://russiatourism.ru/news/1894/>.
5. Костина А. В. Традиционная культура: к проблеме определения понятия. Режим доступа: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina/>.

### **ВОЗМОЖНОСТИ ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ФОРМИРОВАНИИ ТОЛЕРАНТНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)**

*Оконникова Т. И.*

Современное человечество живет в эпоху глобализации, для которой характерны все большая мобильность населения, быстрое развитие различных средств коммуникации, рост интеграции и взаимозависимости различных стран и народов. Процесс глобализации несет несомненные положительные изменения для человечества, в частности, способствует осознанию единства человеческой цивилизации и признанию общечеловеческих ценностей. Но в то же время нельзя оставить без внимания негативные явления, возникающие на фоне усиления воздействия одних культур на другие. И, прежде всего, это рост межнациональных, межконфессиональных, межкультурных противоречий, которые являются следствием длительного «давления» одних культур на другие, угрозой утраты культурной идентичности, сохранения низкого уровня толерантности среди большей части населения мира.

Толерантность в самом общем виде можно определить как терпимость и уважительное отношение к другим людям, отличающимся по убеждениям, ценностям и поведению. В Декларации принципов толерантности, принятой Генеральной конференцией ЮНЕСКО в 1995 толерантности (терпимость) определяется как «уважение, принятие и правильное понимание богатого многообразия культур нашего мира, наших форм самовыражения и способов проявления человеческой индивидуальности» [5].

Одним из средств постижения многообразия культур мира является туризм, который предоставляет возможность непосредственного знакомства с бытом, традициями и обычаями, нормами поведения других народов. Туризм, предполагая перемещение людей в другие страны и регионы, соз-

дает условия для контактов туристов с представителями принимающих культур. При этом и туристы, и принимающая сторона сталкиваются с необходимостью деликатного отношения к культурным особенностям друг друга. Особое внимание в связи с проблемой формирования толерантности приобретает этнический туризм.

Этнический туризм — одно из направлений культурно-познавательного туризма. Этнический туризм имеет своей целью ознакомление с бытом, культурой, традициями и обычаями людей, которые живут в гармонии с окружающей природной средой. Этнический туризм также можно рассматривать в единстве либо как составляющую экологического туризма [1, 3, 6], а также сельского туризма [3].

Этнический туризм может быть представлен двумя основными видами. Во-первых, это посещение существующих поселений, сохранивших особенности традиционной культуры и быта определенных народов. Во-вторых, этнический туризм включает в себя знакомство с музеями народного быта. Особый интерес вызывают этнографические музеи под открытым небом, в которых содержатся образцы традиционной архитектуры, предметы быта и проводятся национальные праздники. При этом человек может своими глазами увидеть предмет, принадлежащий к той или иной культуре и эпохе, узнать о его деловом и символическом назначении, иногда даже потрогать его и ощутить причастность к культуре своего и других народов. Благодаря этническому туризму человек получает возможность увидеть традиционные жилищные и хозяйственные постройки, местных жителей в национальной одежде, принять участие в традиционных праздниках, попробовать блюда национальной кухни и купить в качестве сувениров предметы традиционного быта [4].

На территории нашей страны на протяжении тысячелетий происходили и продолжают сегодня сложные этнические и этногенетические процессы. Россия — родина многих народов, обладающих самобытным культурным наследием и уникальной «живой культурой», сохранение которых является важной научной и социальной задачей. В последнее время весомым аргументом развития этнического туризма в России становятся возможности его влияния на становление толерантного общества.

Удмуртская Республика - одна из национальных республик Российской Федерации, традиционный регион заселения удмуртов — является одним из ярчайших примеров территории совместного сосуществования разных народов, относящихся к финно-угорским, славянским, тюркским этническим группам, сохраняющих родной язык, элементы традиционной материальной и духовной культуры, бытового уклада.

Характеризуя потенциал Удмуртской Республики для развития этнического туризма следует назвать наиболее значительные объекты, на базе

которых осуществляются туристские программы, способствующие ознакомлению с культурным своеобразием населения Удмуртии.

Это, прежде всего, музеи республики, имеющие экспозиции, связанные с историей и культурой края, где демонстрируются археологические и этнографические коллекции. Наиболее значительные из них: Национальный музей Удмуртской Республики имени Кузубая Герда (г. Ижевск), историко-культурный музей-заповедник «Иднакар» (г. Глазов), Музей истории и культуры Среднего Прикамья (г. Сарапул).

Особый статус и особые возможности в развитии этнического туризма и формировании этнической толерантности имеет архитектурно-этнографический музей-заповедник «Лудорвай», который располагается в 17 км. от Ижевска. Здесь воссозданы усадьбы центральных и южных удмуртов, ветряная мельница. Музей располагается на территории площадью 40 га. Туристские программы, реализуемые на территории музея-заповедника, предполагают знакомство с национальной кухней, музыкальной культурой, народными играми. На территории музея проводятся фестивали, фольклорные и календарные праздники. В перспективе предусматривается создание 5 основных национальных секторов: 3 удмуртских (южный, центральный и северный), русский и татарский.

Во многих муниципальных образованиях Удмуртии в последние годы создаются и активно функционируют центры национальной культуры различных народов. Наибольшую активность по вовлечению туристов проявляет Центр удмуртской культуры в с. Карамас-Пельга Киясовского района. Центры удмуртской культуры также работают в д. Кукуи Воткинского района, в д. Сундур Игринского района, д. Золотарево Глазовского района. Центры татарской культуры есть в с. Татарские-Парзи (Глазовский район), в с. Кестым (Балезинский район). Центры бесермянской культуры открыты в д. Отогурт Глазовского района, в с. Юнда Балезинского района. В Каракулинском районе действует центр марийской культуры «Одо Марий Ушем». Центры национальных культур, как правило, работают совместно с местными музеями и клубными учреждениями и организуют национальные праздники, проводят традиционные обряды. Практически во всех районах Удмуртии развиваются центры декоративно-прикладного творчества, деятельность которых подчинена цели сохранения и возрождения традиционных народных промыслов.

Сохранению и популяризации нематериального этнокультурного наследия способствует деятельность фольклорных коллективов, в числе которых хорошо известные и признанные творческие коллективы: фольклорный ансамбль «Бурановские бабушки», Удмуртский государственный театр фольклорной песни «Айкай», фольклорно-этнографический ансамбль «Чипчирган», а также менее известные: народный фольклорный ансамбль «Пинал даур» (д. Средний Постол Завьяловского района, фольклорный

коллектив «Тюрагай» (д. Такагурт Дебёсского района), фольклорно-этнографический коллектив «Медло гур» (д. Зар-Медла Дебёсского района) и многие другие. Все они вносят значительный вклад в сохранении произведений песенно-обрядового, танцевального и игрового фольклора удмуртов.

Привлекательными для туристов являются событийные мероприятия этнической направленности, в их числе: Международный финно-угорский фестиваль этнокультуры «ПАЛЭЗЯН», Международный Бурановский фольклорный фестиваль, Российский фестиваль русской традиционной культуры «Высокий берег», фестиваль «Всемирный день пельменей», ежегодные удмуртский праздник «Гербер, татарский праздник «Сабантуй» и др.

Успешно развиваются туристские проекты с этнической тематикой: «В гостях у Тол Бабая» (Шарканский район), «В гости к Бабе Яге» (Граховский район), «Игра в Игре с Лопшо Педунем» (Игринский район) и др.

Таким образом, можно заключить, что Удмуртская Республика обладает достаточно высоким потенциалом для развития этнического туризма. Более того, в настоящее время накоплен значительный опыт в осуществлении туристских программ и маршрутов этнической направленности. Но абсолютное большинство реализуемых проектов способствуют поверхностному знакомству с этнокультурной спецификой местного населения. Посещение туристами определенных объектов и событийных мероприятий в течение короткого времени исключает возможность погружение в более глубокие пласты традиционного уклада [2].

В то же время в настоящее время начинает формироваться спрос на туристские программы, предполагающие более длительное пребывание в сельских поселениях, участие в повседневной жизни местного населения. В этой связи нужно отметить, что Удмуртская Республика имеет серьезные возможности и в этом направлении, поскольку по сей день часть удмуртского населения, проживающего в сельской местности, продолжает сохранять многие элементы традиционного хозяйственного уклада и духовной культуры. Удмуртские деревни, значительно удаленные от городских центров, во многом достаточно консервативны и представляют собой интереснейший объект для туриста, который стремится к открытиям и познанию новых для него вариантов культуры. В настоящее время в республике предпринимаются определенные усилия по вовлечению этого ресурса в туристскую индустрию путем развития сельского туризма. Их инициаторами выступают государственные органы (региональные министерства, курирующие туризм, национальную политику, сельское хозяйство), общественные организации (Удмуртский центр сельскохозяйственного консультирования, Федерация туриндустрии Удмуртии), муниципальные образования (в частности, муниципальное образование «Быгинское» Шарканского района УР), коммерческие структуры (например, частные агро-

усадьбы в Кезском, Игринском, Дебесском, Вавожском, Воткинском, Кировском районах). Наряду с определенными успехами, достигнутыми в данном направлении, следует отметить и имеющиеся проблемы. Важнейшая из них в плане использования возможностей сельского туризма для знакомства туристов с этнокультурной спецификой принимающей стороны - неготовность местного населения принимать туристов на длительный срок, в течение которого гости могли бы «окунуться» в живой быт хозяев, что способствует углубленному пониманию другой культуры, а не только поверхностному знакомству с демонстрируемыми элементами традиционного уклада. Справедливости ради следует отметить, что массового «встречного движения» тоже не наблюдается — туристов, готовых погрузиться на относительно длительный срок в этническую среду тоже пока немного. Но, если не упускать из виду такое последствие глобализации, как возрастающая унификация культуры, следует предполагать, что такого рода туристский продукт будет все более и более востребованным. Соответственно, необходима организация систематической работы по сохранению «островков» этнической культуры, подготовке населения к работе с туристами в режиме повседневного «сосуществования», толерантного отношения к культуре, которую представляет гость.

Таким образом, Удмуртская Республика представляет собой полиэтничный регион, население которого при поддержке государственных органов и национально-культурных объединений старается сохранять и поддерживать свою материальную и духовную культуру. Этническая самобытность региона представляет значительный интерес для туристов. В республике накоплен значительный опыт реализации туристских программ этнической направленности, которые способствуют знакомству представителей других национальностей с культурой местного населения, формированию интереса и доброжелательного отношения друг к другу со стороны гостей-туристов и принимающей стороны. Более того, в части сельских поселений региона по сей день сохраняется «живая культура» местного населения, которая представляет собой благодатную основу для формирования туристского продукта, предполагающего глубокое «погружение» туриста в самобытную этническую среду и, соответственно, созданию условий для более тесного взаимопроникновения культур принимающей стороны и гостя и формированию толерантных отношений между их представителями.

#### **Список использованных источников:**

1. Абрамов И. В. Культурный ландшафт как ресурс туризма (на примере Ханты-Мансийского округа Югры) // Географический вестник — 2009. — № 1.

2. Барлукова А. В. Классификационный статус этнического туризма // Известия Иркутской Государственной Экономической Академии — 2010. — № 4. — С. 106–108.
3. Бутузов А. Г. Состояние и перспективы этнокультурного туризма в России // Сервис в России и за рубежом. — 2010. — № 4. — С. 3–14.
4. Воскресенский В. Ю. Международный туризм: учеб. пособие / Ю. В. Воскресенский. — М.: Юнити-Дана, 2006.
5. Декларация принципов толерантности. — М., 1995.
6. Чумаков К. Этно-экологический туризм в сохранении природного и культурного наследия // Новая жизнь. — 2006. — №6. — С. 16–17.

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОГРАММНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ШАРКАНСКОГО РАЙОНА УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

*Гай И. А.,  
Ложекина М. Д.*

Программное туристское обслуживание — это комплексное предоставление определенного набора услуг клиенту в процессе преодоления им пространства (на транспорте, пешком, на животных или другими способами), подчиненное одной цели (мотиву), побудившей его (клиента) к решению собственных проблем (возможности знакомства, обучения, самовыражения, удовлетворения любопытства и др.) с помощью путешествия. Комплексное обслуживание по определенной программе резко и довольно сильно увеличило рынок, расширив систему спроса и предложения, позволило дифференцировать его, а туристским фирмам — специализироваться на том или ином виде программ (тематике, технологии), что сразу повысило уровень обслуживания.

В международном туризме сложились свои традиции по организации обслуживания туристов различных возрастных групп и особенности обслуживания туристов в зависимости от состава путешественников (туристская группа, семья с детьми или без детей, только женщины, холостые мужчины, очень важные персоны). Для этих групп туристов уже имеются предложения на международном туристском рынке. Кроме того, на рынке существует большое разнообразие программ обслуживания и целевых туров. Каждый из этих туров имеет свою специфику: организация приема и обслуживания туристов, путешествующих с деловыми целями (например, конгрессное обслуживание), совсем не похожа на работу, выполняемую туроператором при организации курортно-оздоровительных, развлекательных и познавательных туров. Молодежь и студенты всем видам от-



дыха предпочитают развлечения — посещение баров, клубов и дискотек. Туристы третьего возраста (свыше 64 лет) очень любознательны, они также предпочитают активный отдых, но у них на первом месте — экскурсии. Самыми пассивными выглядят туристы среднего возраста (45–64 года), особенно путешествующие семьями. У этой группы туристов предпочтение всегда отдается пассивному отдыху и отдыху с семьей [4].

Для создания туроперейтинговой среды необходимо знать правила ее функционирования, опираться на правила программного туризма, соответствующую материальную базу, инфраструктуру, информационные сети и потоки.

Сегодняшний международный туризм уже давно пошел дальше, создавая дополнительные аттрактивные ресурсы и мероприятия (тематические парки, сафари и рафтинг, шоу и фестивали). Это очень привлекательные мотивы для посещения туристами той или иной местности.

Основой обслуживания туристов служит туристская программа, которая формируется из комплекса таких услуг, как проживание, питание, экскурсионное обслуживание, транспортные, досугово-развлекательные, спортивные, курортные, бытовые услуги и др.

Базисной основой для разработки туристских программ являются: живописное, вызывающее интерес место расположения объекта; хорошие погодно-климатические условия; хорошее санитарное состояние места отдыха, его чистота и ухоженность; комфортные и уютные гостиницы; здоровое и вкусное питание, его хорошая организация; максимальная изолированность от шума; наличие естественных водоемов [4].

При отборе региональных инвестиционных проектов в настоящее время будет уделяться туристским кластерам, развивающим приоритетные туристские направления Российской Федерации.

В более широком понимании, кластер — это группа, состоящая из нескольких компаний, объединенных общей деятельностью или по территориальному признаку. Исходя из этого определения, можно сделать вывод о том, что не только качественные характеристики определяют конкурентоспособность предприятия, но и его экономическое окружение, то есть кластер развивается не за счет внешних воздействий, а за счет внутренних влияний [1].

Кластеры направлены, в первую очередь, на развитие конкурентных преимуществ национальной отрасли за счет сил отечественных предприятий без привлечения иностранных компаний. Организации, объединенные в кластер, «притираются» друг к другу, работают слаженно в одном направлении деятельности, развивая, таким образом, внутренний рынок и выходя на мировой уровень [1].

Туризм оказывает большое влияние на экономику страны, в связи с этим его значение возрастает. Быстрый рост туристической деятельно-

сти, а также прирост благосостояния жителей отдельной страны и ее экономики в целом позволили сделать развитие туризма одним из приоритетных направлений. Так, правительство разных стран, в том числе и России, ввели понятие «туристический кластер». Оно включает в себя группу туристических компаний, локализованных в одном регионе для развития инфраструктуры и использующих для ведения бизнеса современные технологии. Основная задача туристического кластера — это предоставление туристических услуг с высокой конкурентоспособностью [2].

Ресурсное обеспечение и объединение усилий региональных и муниципальных органов власти, представителей бизнеса и общества дали толчок в правильном направлении. Во многих регионах приняты целевые Программы по развитию туризма. В основе этих программ лежит современный кластерный подход к развитию туризма в регионах.

В Удмуртии Республиканская «Целевая программа по развитию внутреннего и въездного туризма» принята в 2012 году и именно для сельских районов разработка и продвижение турпродукта стала прерогативой. И наиболее работающим в данной сфере стал Шарканский район, который одним из первых получил из республики финансовую поддержку. В Шарканском районе есть хорошая основа для развития туристического кластера, включающего в себя несколько видов туризма и необходимую инфраструктуру для их обслуживания. Рассмотрим подробнее данные аспекты.

Шарканский район — административно-территориальная единица и муниципальное образование в Удмуртской республике, расположено в восточной ее части. Граничит с Дебеским, Якшур-Бодьинским, Воткинским районами и Пермской областью на востоке. Общая площадь района составляет 1,4 тысячи кв. м., расположен он на Тыловайской возвышенности. По территории района протекают реки: Шарканка, Ита, Вотка, Нижняя Лыпка, Пашурка, Киварка. Кроме этого имеется множество родников и прудов. Около 40 % территории занимают леса. Район богат запасами нефти, гравия, известняка. Население района около 20 тысяч человек. Национальный состав 83,3 % составляют удмурты, 14,9 % — русские [5].

Шарканский район — один из самых динамично-развивающихся районов в республике. Основная отрасль экономики — это сельское хозяйство. В районе 25 коллективных хозяйств различных форм собственности. В последние годы труженики сельского хозяйства занимают первые места по сбору зерновых среди северных районов республики [5].

Из промышленных предприятий ведущее место занимает ЗАО «Шаркан-трикотаж». В настоящее время фабрика выпускает верхние трикотажные изделия из полушерстяной, вискозно-полиэфирной пряжи, из вискозного полотна. Ежегодно на предприятии вводится в производство до 250 новых моделей. Другим ведущим предприятием района является Шарканский льнозавод, который собирает 41 % льносырья от общего объема

льна в республике. Кроме этого в районе работают 4 строительные организации, типография, хлебозавод, ремонтно-техническое предприятие, которое выпускает энергоберегающую почвообрабатывающую технику.

За ландшафтное разнообразие территории и красоту природы Шарканский район называют Удмуртской Швейцарией. Не случайно на территории района Постановлением Правительства Удмуртской Республики от 05 ноября 2001 года образован природный парк «Шаркан» республиканского значения с общей площадью 16587,6 га, особо охраняемая зона с режимом охраны как в заповедниках. Большие перепады высот делают местность живописной и обуславливают разнообразный состав флоры и фауны. В растительной зоне парка имеются уникальные виды растений, такие как лилии, орхидеи, папоротники, пион и др., которые относятся к редким и исчезающим видам растений и занесены в Красную книгу Удмуртии. На территории парка также растет сибирский кедр. Животный мир парка также богат: в лесах более 40 видов млекопитающих и более 30 видов птиц. В водоемах района много рыбы, таких как лещ, карась, окунь, щука, карп и др. Развито пчеловодство в основном среди частных предпринимателей [5].

Одним из самых загадочных мест Шарканского района является Кар-гора, которая всегда привлекала внимание окрестного населения: здесь проводились обряды, отмечались начало сева, уборки хлеба, моления и др. Кар-гора является уникальным местом не только с точки зрения этнографии: сотрудники научных учреждений выделяют это место на территории всего природного парка «Шаркан». С вершины Кар-горы открывается удивительная панорама окрестностей радиусом 30км. Уникален растительный мир Кар-Горы. Ластовень европейский, воробейник лекарственный, лапчатка Гольдбаха, фиалка высокая, купена многоцветковая и другие на всей территории природного парка встречаются только на склонах Кар-горы. И это остается загадкой. Многие виды растений занесены в красную книгу Удмуртии.

Шарканский район со столицей Удмуртии связан автомобильными дорогами Ижевск–Воткинск–Шаркан и Ижевск–Якшур-Бодья–Шаркан. Расстояние до Ижевска 88 км. Ближайшая железнодорожная станция Воткинск в 35 км [5].

В целом, Шарканский район с развитой инфраструктурой, промышленностью, сельским хозяйством, ландшафтным разнообразием территории имеет возможность благоприятной предпосылки для развития и осуществления многих видов туристско-рекреационной деятельности.

Одним из перспективных направлений в развитии туризма — это экотуризм, но не только по природному парку «Шаркан», но и по другим не менее живописным местам Шарканского района. Экотуризм включает в себя любые виды туризма и рекреации в природе, которые не наносят ущерба природным комплексам, содействуют охране окружающей среды,

способствуют благосостоянию местного населения. Этот вид туризма предлагает организацию отдыха, обеспечение проживания в экологически благоприятных условиях с максимальным уровнем комфорта.

В Шарканском районе имеется немало гостевых домов, расположенных в экологически чистых местах не тронутой девственной природы. Во всех домах есть хорошие бани, ухоженный приусадебный участок, в домах — все необходимое. Расположены такие дома возле водоемов, где можно порыбачить, покупаться. Такие гостевые дома в д. Арланово (хозяин А. В. Парифонов), д. Бакино (хозяин Д. М. Макаров), д. Гырдымово (хозяин А. В. Миронов).но используются они нерентабельно, принимают в основном корпоративы на несколько часов. Из-за недостаточной рекламы туристы из городов — редкие гости.

Одним из направлений экотуризма является агротуризм, предусматривающий отдых людей на базе фермерского или приусадебного хозяйства. Популярность агротуризма растет по всей России. В Удмуртии агротуризм развивается медленными темпами. Развитие агротуризма является крупной, социально-экономической программой по переводу части аграрного населения из сферы производства в сферу оказания услуг. Этот вид туризма частично практикуется в Шарканском районе в д. Старые Быги, где население принимает в собственных домах туристов. Агротуризм преследует не только экономические, но также социально-культурные цели: остановить миграцию сельского населения в города, сохранить и воссоздать культурное наследие, национальную самобытность территории. Не секрет, что в деревнях молодежь не остается, старается обустроиться или в городе, или в районном центре. А развитие агротуризма — это дополнительные рабочие места, уменьшение социальной напряженности, уменьшение уровня бедности населения [3].

Разновидностью экотуризма является гидротуризм. Шарканский район — это место, где бьют из-под земли множество родников, в каждом населенном пункте есть пруды и множество рек, где водятся бобры, ондатры и множество рыбы. Интересно посмотреть на бобровые запруды и наблюдать за искусными строителями.

Для православных верующих можно организовать тур по святым местам Шарканского района. Это Петропавловская церковь в с. Шаркан, где находится чудотворная икона божьей матери «Скоропослушница», это церковь Ионна Предтеча в с. Сюрсовой, это святые ключи в с. Шаркан, в д. Бородули, вода в которых обладает лечебной силой [5].

Привлечь туристов на свою территорию район намерен еще одним перспективным спортивно-оздоровительным туром, так как для этого имеется неплохая спортивная база: освещенная лыжная трасса, горнолыжная трасса, велотрасса. Имеется опыт проведения в районе российских соревнований по маунтинбайку. Шарканский район является одним из самых

спортивных районов республики. Неслучайно шарканская команда на всех республиканских спортивных играх занимает призовые места. Шаркан — родина олимпийских призеров В. Никитина и М. Вылегжанина. Турмаршруты с активными способами передвижениями (пешеходные и конные до Кар-горы, велосипедные до Ниж-Кивар) могут стать настоящим открытием для турбизнеса. В районе имеются все природные условия по созданию горнолыжной трассы в д. Пужьегурт.

На территории района действуют 32 клубных учреждения, 20 библиотек, одна детская школа искусств с двумя филиалами и дом ремесел [5].

В с. Шаркан имеется краеведческий музей, в котором несколько постоянно действующих экспозиций: этнографическая, о жизни и деятельности Г. Е. Верещагина — первого удмуртского этнографа, ученого и писателя. В музее проводятся выставки декоративно-прикладного искусства, выставки, посвященные юбилейным датам. Для туристов проводятся обзорные экскурсии по селу Шаркан.

Многие исторические факты района могут стать существенным ресурсом при продвижении туристического продукта. Так, например, вс. Сосновка венчались родители писателя Александра Грина. Первые же сведения о заселении территории района относятся к началу I тысячелетия нашей эры (IV–V вв.). В 1974 году разведывательным отрядом Удмуртского республиканского краеведческого музея, под руководством Останиной Т. И. было открыто и обследовано Сосновское городище, расположенное в северо-восточном пограничье распространения памятников мазунинской культуры. Вещевой материал, найденный в городище, в частности, большое количество крицы и шлака, свидетельствует о существовании на площадке поселения сооружений, связанных с чёрной металлургией. Кроме того, население, проживавшее здесь, занималось земледелием, скотоводством и охотой. Последний вид занятий дополнял запас мяса домашних животных и давал прекрасный мех для торговли. Здесь впервые на поселении Среднего Прикамья III–V вв. обнаружены остатки косы-горбуши и скобель, свидетельствующие о новых хозяйственных успехах населения по сравнению с более ранним периодом — эпохой раннего железа.

По территории района проходит и древняя Арская дорога, являющаяся отрезком Великого шелкового пути, её путь исследовали и описали учёные — Г. Е. Верещагин и И. Дмитриев-Кельда, работавшие в районе.

Следует отметить, что до сих пор во многих селениях сохранилось искусство ткачества, плетения лаптей, художественной обработки дерева, рецепты приготовления национальных блюд и напитков в том числе и удмуртского напитка — варсь, сохранившегося лишь на территории Шарканского района.

В районе работают фольклорные коллективы разных направлений, основная задача которых сохранение и возрождение забытых традиций

и обрядов. Старожилы деревень в своём сердце и памяти хранят как в музее обряды своих предков, передавая их из поколения в поколение.

В районе выявлено 14 памятников археологии из них 1 памятник — городище Сосновское является памятником федерального значения; 1 памятник архитектуры и 3 памятника истории регионального значения, памятниками местного значения являются 24 памятных сооружений, посвящённых землякам погибшим в годы Великой Отечественной войны.

С полной уверенностью можно сказать, что сфера гостеприимства является одним из важнейших факторов и сегментов туризма. От того, где переночует турист, где пообедает зависит имидж всего турпроекта. В районе имеется несколько гостиниц: гостиница ООО «РСУ-сервис», гостиница «Родничок», гостиница спорткомплекса «Олимпиец». Но в этих гостиницах номерной фонд не превышает 15 мест.

Более комфортабельная, современная гостиница на 30 мест построена на Усадьбе Тол Бабая в 2014 году. Удобна данная гостиница тем, что находится поблизости от туробъекта, в очень живописном месте. Вместе с тем необходимо отметить, что недостаточно гостиничных мест для приема тургрупп и большого количества туристов. В частности, при проведении фестиваля «Бабушкина дача», катастрофически не хватило мест в гостиницах, что послужило недовольством приезжих, которым пришлось обустраиваться в менее комфортабельных условиях.

Всё более разнообразной становится и организация питания в районе. На первом этаже гостиницы в Резиденции Тол Бабая расположено кафе «У Тол Бабая», где можно попробовать изысканные блюда национальной кухни, вкусно приготовленные обеды. Вкусно и недорого можно отобедать в кафе «Италмас», «Тюрагай», «Елена», столовой райпотребсоюза, а также в двух кафе национальной кухни на территории Усадьбы.

Для более полного развития сельского, культурно-познавательного туризма в Шарканском районе имеются следующие проблемы:

- слабая информированность населения республики о туристских ресурсах района, при наличии достаточно богатого природного и культурно-познавательного потенциала;
- неблагоприятные условия для развития летнего туризма из-за большого количества насекомых, грызунов, переносящих опасные заболевания;
- недостаток гостиничных мест с комфортабельными условиями для проживания туристов с соблюдением всех гигиенических норм содержания;
- отсутствие дорог с твердым покрытием к туристско-рекреационным объектам, особенно к заповедным местам природного парка «Шаркан».

Таким образом, Шарканский район, несмотря на определённые проблемы для развития туризма, обладает большим туристско-рекреационным потенциалом и именно здесь существует масса возможностей предложить туристам самую разнообразную программу досуга: это изумительная при-

рода, сохраненные народные традиции, обряды, существование различных мифов и легенд, богатая история района, приготовление национальных блюд из натуральных продуктов, экологические тропы, конные прогулки, анимационные игры, спортивно-оздоровительные мероприятия.

На сегодняшний день наиболее качественный, тщательно проработанный и конкурентно-способный туристический продукт — это проект «В гостях у Тол Бабая». Инициаторы проекта еще в 2003 году справедливо рассудили, что данный бренд будет со временем популярным не только в Удмуртии, но и среди жителей финно-угорских республик Поволжья. Ежегодно к Тол Бабаю со всех концов Удмуртии и ближайших регионов в новогодние праздники приезжают туристы. 80 % — это целевые группы — школьники, 30 % — корпоративные клиенты, являющиеся активными потребителями услуг на рынке развлекательного и активного отдыха. В 2003 году были первые попытки представлений с Тол Бабаем в школах Шарканского района и за 11 лет проект с Тол Бабаем раскручен основательно. Об этом говорят цифры: в 2009 году — 2,5 тысячи туристов, в 2014 году более 37 тысяч человек посетило Усадьбу Тол Бабая [6].

Успех данного турпродукта заключается в первую очередь в том, что в районе разрабатывают определённую стратегию решения вопросов туризма, большую заинтересованность в этом проявляет непосредственно глава администрации. С этой целью был создан «Координационный Совет по развитию туризма в Шарканском районе» при Главе муниципального образования, куда вошли все заинтересованные лица: руководители учреждений культуры, общественного питания, предприниматели малого бизнеса, т. е. создали туристско-рекреационное кластерное объединение всех заинтересованных структур района. В развитии кластеров имеется масса положительных моментов: общая цель, занятость населения, привлечение квалифицированных специалистов в отрасли, а также гарантированное сохранение рабочих мест людям, занимающимся предпринимательской деятельностью. Координационный Совет принимает ключевые решения, нацеленные на повышение эффективности туристского бизнеса, регулирует ценообразование, утверждает Программу турпродукта, рассматривает вопросы создания условий для выхода на новые рынки.

Одно из главных положений стратегии в том, что развитие кластера должно создать условия для получения заказов от туроператоров не только с Удмуртии, но и региональных турфирм.

В рамках кластерной системы в 2013 году появилось новое юридическое лицо — муниципальное автономное учреждение «Культурно-туристический центр «Усадьба Тол Бабая», которое вплотную занимается организацией мероприятий в рамках проекта «В гостях у Тол Бабая», координирует работу всех заинтересованных лиц, заключает договоры с турфирмами, т. е. является центром, вокруг которого группируется кластер. Это

в первую очередь, творческие коллективы районного Дома культуры, мастера Дома ремесел, сельские Дома культуры, краеведческий музей, которые принимают активное участие в проекте. Таким образом, такое сотрудничество можно назвать отраслевым кластером. Но вместе с тем, автономное учреждение активно сотрудничает и с предприятиями общепита, предпринимателями малого бизнеса, которые вкладывают в проект частные инвестиции. Так, только в 2014 году, предпринимателями Шарканского района на территории Усадьбы были построены кафе «У Тол Бабая» по эскизам художника Валентина Белых и 2 кафе удмуртской кухни. Такой подход к организации туристического бизнеса можно назвать межотраслевым кластером.

Также в продвижении проекта имеет большое значение рекламная деятельность. Организаторы уже шестой раз участвовали во Всероссийской специализированной выставке «Туризм. Спорт. Отдых» в г. Ижевске. Благодаря этим выставкам уникальный проект «В гостях у Тол Бабая» смог продемонстрировать весь свой потенциал, свои возможности, обменяться творческим опытом работы и в первую очередь заявить о себе. Помогло участие в выставках и налаживанию партнерских контактов [6].

С проектом «В гостях у Тол Бабая» организаторы участвовали в Московской Международной «Ярмарке путешествий 2013», которая проходила в выставочном центре «Гостиный двор». Благодаря участию в данной выставке об удмуртском Дед Морозе было снято несколько фильмов, которые демонстрировались по разным каналам Российского телевидения. Хорошей рекламой стала программа М. Ширвиндта «Хочу знать» на 1 канале, снятая олимпийским чемпионом по фигурному катанию А. Ягудиным [6].

Используются организаторами все возможные каналы распространения, чтобы информация дошла до потенциального туриста. Большую помощь оказывают в этом деле радио и телевидение Удмуртии.

Нужно отметить, что данный тур востребован среди жителей Удмуртии, в частности среди школьников. Организацией туров занимаются в основном туристские фирмы: для них это удобная и налаженная форма организации однодневной поездки с экскурсией. Автономное учреждение «Усадьба Тол Бабая» в настоящее время сотрудничает более с 20-ю турфирмами Удмуртии и более с 10 турфирмами других регионов, в частности Пермского края. Но с каждым годом растет количество туров, которые организуют сами школы, особенно из районов республики и которые имеют свои школьные автобусы. Для них тур с невысокой ценой гораздо выгоднее, чем переплачивать турфирмам. При формировании туров для школьников ведется строгий контроль со стороны Роспотребнадзора за пунктами питания, где проводятся развлекательные игры, проверяют наличие парковок для транспорта. Формируются такие туры для школьников начиная



с конца ноября и до Нового года. Выгодны такие туры тем, что они организованы, проходят за определенное время программу (музей, мастер-классы, тюбинги и др.). Проблема в том, что турфирмы бронируют туры заранее и не всегда набирают туристов, а организаторы тура отказывают другим туристам, которые хотят посетить Удмуртского Деда Мороза.

В рамках проекта «В гостях у Тол Бабая работает тур «Шаркан промышленный» с посещением ЗАО «Шаркан-трикотаж», льнозавода и ремонтно-технического предприятия. Данный тур востребован как среди школьников, так и среди взрослого населения.

Вместе с тем, в перспективе район обладает и другими возможностями туристско-рекреационного потенциала. В настоящее время Шарканский район можно развивать как этническую территорию с сохраненными традициями, обрядами и ремеслами, и предлагать гостям близкое знакомство с материальной и духовной культурой удмуртов. В туристском плане attractiveness обладает первая столица финно-угорского мира — деревня Старые Быги. В течение 2014 года в д. Старые Быги побывала более 10 тыс. туристов не только из Удмуртии, но также и других регионов России и стран зарубежья.

Быгинский сельский Дом культуры является центром удмуртской культуры в Шарканском районе по сохранению народного творчества и культуры. Программа мероприятия для туристов «Ми тиледыз куное отимы» (Мы приглашаем вас в гости) рассчитана как на школьные, так и на взрослые группы. Деревня Старые Быги имеет хорошие условия и предпосылки для развития туризма и отдыха населения, которые ориентированы на краткосрочное пребывание. В 2013 году д. Старые Быги победила в международном конкурсе «Культурная столица финно-угорского мира» и на 2014 год объявлена столицей финно-угорского мира. В связи с этим поток туристов в 2013–14 гг. возрастает вдвое [5].

Программа для туристов «Мыльсы-кыдысь» (От всей души) Зар-Вишурского сельского Дома культуры. В деревне Зар-Вишур сохранились традиции предков по проведению праздников, обрядов. Уникальность этой деревни заключается в сохранении архаических черт национальной культуры. Знакомство с национальными блюдами, национальным инструментом крезь, встреча с писателем, бардом В. В. Котковым — все это входит в туристическую программу «Мыльсы-кыдысь», которая связана с историей, этнографией данной территории.

Существуют благоприятные предпосылки в Шарканском районе и для развития экологического туризма при природном парке «Шаркан». Задействована экологическая тропа «Экошаг», по которой проводятся экскурсии для школьников, организуются однодневные пешие и конные маршруты по живописным уголкам шарканской природы. Проводятся экологические тренинги и туристские походы.

Притягательной силой для туристов в Шарканском районе является место съёмки первого художественного удмуртского фильма «Тень Алангасара» в д. Старый Пашур (съёмки фильма проводились в 1992–1993 годы). Ежегодно в эти места в летний период бывает паломничество туристов. Проект экскурсионно-туристической базы «Тень Алангасара» будет привлекателен, как взрослому населению, так и молодежи и школьникам, сохранившимися обрядами, традициями, культурой и историей удмуртского народа. Великолепная природа, таинственность местоположения деревни эпохи 12 в., баня по-черному и каскад прудов — все это привлекает туристов. На сегодняшний день имеются необходимые условия для реализации проекта: экспозиция в музейной комнате в Мувырской школе с полной информацией о мифах и легендах удмуртского народа и съёмках первого удмуртского художественного фильма.

В Шарканском районе ежегодно проводятся различные культурные события, которые формируют положительный имидж района и развивают событийный туризм. В зимний период стало традицией проведение фестиваля сказочных героев. В Усадьбе Тол Бабая собираются герои сказок со всей республики и других регионов России.

В 2015 году в феврале в Усадьбе Тол Бабая была проведена республиканская Масленица, где приняли участие делегации со всех районов. В гостеприимной Усадьбе Тол Бабая гостей ждала культурно-развлекательная программа с удмуртскими мифологическими персонажами. Здесь же на Усадьбе можно было угоститься национальной выпечкой и напитками, покататься со знаменитых шарканских холмов на тюбингах, а также на снегоходах, квадроциклах и лошадях. Приезжали туристы не только с Удмуртии, но также с Татарстана, Пермской области [6].

В 2013 году прошел республиканский фестиваль «Красная горка на Арском поле» в д. Мувыр на месте съёмок первого художественного удмуртского фильма «Тень Алангасара», где присутствовало более 200 человек [5].

В летний период есть хорошие перспективы проведения фестиваля финно-угорской кухни в д. Старые Быги, куда съезжаются представители финно-угорских народов со всего мира. Фестиваль «Быг-быг» был проведен в 2014 году, планируется ежегодное проведение данного фестиваля, который может стать хорошей программой специальных туров, как для внутреннего, так и для въездного туризма.

В июне 2015 года прошел 20-й юбилейный межрегиональный музыкальный фестиваль «Бабушкина дача» на Усадьбе Тол Бабая. Мероприятие ежегодно собирает тысячи любителей живого звука и активного отдыха на природе из нашей республики и соседних регионов — Пермского края, Татарстана, Башкирии, Кировской области.

Проведенный анализ современного состояния туристских маршрутов в Шарканском районе, позволяет констатировать, что при наличии богатого историко-культурного потенциала, наблюдается недостаточный уровень раз-

вития туристских проектов, за исключением «В гостях у Тол Бабая» и «Миледыз куное отимь» (Мы приглашаем вас в гости). Предлагается в ближайшей перспективе разработка и продвижение проектов по агро-эко-туризму, спортивно-оздоровительному, религиозному туризму и др. В последние годы быстрыми темпами в районе развивается событийный туризм.

В связи с этим необходимо более рационально использовать имеющиеся гостевые дома в Шарканском районе. Желательно туристу предложить не просто набор экскурсий, а анимационно-интерактивные программы, разработанные сценарии путешествий, вовлекать в процесс экскурсии самих туристов и поработать над хорошим сервисом при реализации всех его услуг. Комплексная концепция развития туризма может быть реализована только при условии приобщения всех заинтересованных сил к активному участию. Начиная с краткосрочных мероприятий, которые могут продемонстрировать быстрый эффект уже в ближайший период. Первое привлекательное для посетителей комплексное предложение туристских услуг, вызвавшее одобрение, должно дать толчок к автоматическому привлечению потоков туристов. Продвигаясь шаг за шагом, приобретая опыт и необходимое чутье, следует развивать туризм, ориентированный на интересы клиентов. В процессе этой деятельности будут создаваться новые рабочие места и обеспечиваться экономическое развитие района. Кроме того, успешное развитие в сфере туризма будет способствовать созданию положительного имиджа у муниципального образования в целом. Шарканский район Удмуртии всё чаще используется и в качестве одного из брендов республики, особенно, в контексте гостеприимного проекта «В гостях у Тол Бабая». Министерство культуры и туризма УР рассматривает варианты для привлечения дополнительных инвестиций в район и включает его проекты в ведущие туристские программы по республике.

#### **Список использованных источников:**

1. Александрова А. Ю. Кластеры в мировой индустрии туризма: региональная экономика и агломерация взаимозависимых фирм // Вестн. Моск. ун-та. Сер. в.: «Экономика» — 2007 — № 5.
2. Большаков А. И. Современные подходы к определению туристских кластеров // Сервис в России и за рубежом. — 2012. — Т.33. — №6. — С. 53.
3. Гусейнова Н. М. Агротуризм: новые виды досуговой деятельности // «Культура в современном мире: опыт, проблемы, решения», научно-информационный сборник. Вып. 4, — Москва, 2002
4. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности, Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 256 с.
5. <http://sharkan.udmurt.ru/> — официальный сайт Шарканского района.
6. <http://tolbabay.net/> — официальный сайт «Тол Бабая».

## **ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МАЛОПУРГИНСКОМ РАЙОНЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

*Берестова Е. М.,  
Тимофеева Д. Н.*

Структура и уровень рекреационного потенциала Малопургинского района обусловлены его географическим положением — близостью к городу Ижевску. В районе имеются хорошие условия и предпосылки для развития внутреннего туризма, ориентированного на краткосрочное пребывание [2].

На территории района находится 1 объект федерального значения (Бобьяучинское городище (3–8 в. в.), 3 — регионального, 15 — объектов археологии и 58 объектов, которые необходимо поставить на учет [3]. Среди археологических памятников можно выделить Бобья-Учинское городище и Покровский могильник (расположен около д. Сизяшур), где можно найти следы первых поселений (I тысячелетие н. э.) на территории современного Малопургинского района.

С точки зрения развития туризма интерес представляют такие села как Ильинское, Большая Норья, Бураново, Малая Пурга, деревни Нижние Юри и Старая Монья, Кулаево, Вишур. Первым из населенных пунктов селом стало называться Ильинское, после возведения там в 1751 году храма в честь Святого Пророка Ильи. В 1843 году была построена Петропавловская церковь в селе Большая Норья, в 1860 открыта Михайло-Архангельская церковь в селе Малая Пурга, 1865 году — Свято-Троицкая церковь в селе Бураново (не сохранилась). Эти села становятся волостными центрами, а при православных храмах открываются начальные церковно-приходские школы. Храмы в селах Ильинское, Малая Пурга и Мало-Дивеевский женский монастырь в Большой Норье являются уникальными памятниками архитектуры XIX в [4].

В настоящее время в Малопургинском районе успешно развивается несколько туристических программ. Так, в с. Большая Норья действует паломнический тур в Мало-Дивеевский Серафимовский женский монастырь. Программа тура предполагает прием, размещение и питание гостей в монастыре, участие в богослужении и небольшие работы по хозяйству. В деревне Нижние Юрии в 1929 году был снят первый в Удмуртии фильм «Соперницы». И программа тура «По следам первого фильма об удмуртах» предполагает поход в места, где снимался самый первый фильм Удмуртии, участие во фрагментах этого фильма и знакомство с настоящими удмуртскими обычаями, традиционными играми, также предлагается попробовать на вкус настоящие удмуртские блюда и принять непосредственное участие в приготовлении некоторых из них. Зимой в программу включено катание

с горы на саях. «Богатства Обрана» — это экологически чистые леса, реки, родники, луга вокруг села Бураново, а также это обычаи, обряды, праздники, которые передаются из поколения в поколение. Программа предлагает открыть секреты успеха бурановских напевов, авангардного войлочного искусства, творческого успеха самого первого удмуртского поэта и признанного ученого — Григория Верещагина.

Новый туристический маршрут «Приключения в стране огородных чучел» появился в селе Яган Малопургинского района. Программа знакомит посетителей с травяными гобеленами, лоскутными полотнами, поделками из природного материала. Проводят мастер-классы по игре на деревянных ложках. Другая часть программы — непосредственно сами «Приключения в стране огородных чучел» — проходит на свежем воздухе. Главными персонажами интерактивной программы являются Мороз Яганович с внучкой Яганочкой. Участникам предстоит во время игры найти потерявшихся новогодних героев. Всё действие разворачивается вокруг различных огородных чучел. За основу программы взята местная легенда о потерявшейся когда-то во время свадьбы в окрестностях Ягана невесте. Дух её долго бродил по местному лесу и пугал жителей. Спасти её удалось, благодаря чучелам, которые успокоили дух бедной невесты. Программа работает круглогодично.

Достоинство представляет самобытное удмуртское искусство не только в России, но и за ее пределами народный фольклорный ансамбль «Зарнишеп», лауреат национальной премии Министерства культуры Российской Федерации «Душа России». 20 лет радуется своим творчеством уникальный в республике народный ансамбль гармонисток «Арганчи». 75 лет пользуется успехом Малопургинский народный хор, 40 лет — Бобья-Учинский народный театр, 15 лет — ансамбль «Ялыке» Иваново-Самарского сельского дома культуры. Еще одной гордостью района является ансамбль «Бурановские бабушки», которые стали известными всей России в 2010 г., приняв участие в отборочном туре на конкурс. Все эти народные ансамбли могут участвовать в организации досуга, как местных жителей, так и потенциальных туристов. Возрождение и пропаганда забытых народных напевов, игр и танцев, обрядов и традиций, передача подрастающему поколению одна из важнейших задач ансамблей.

Высокое художественное мастерство и новые культурные продукты профессиональных учреждений искусства и художественных коллективов Удмуртии можно увидеть на республиканских фестивалях «Гербер». Подобные фестивали и конкурсы могут рассматриваться как объект внутреннего туризма. Таким образом, учреждения культуры способны обеспечить разработку и реализацию уникальных туристических предложений для внутреннего и въездного туризма. Кадровый, научно-методический, творческий, педагогический потенциал отрасли должен быть задействован

в полной мере на рынке туризма [2]. Одно из основных направлений работы учреждений культуры района — сохранение народных традиций, ремесел. В 2008 году Старомоньинский Дом ремесел отметил свое 15-летие. Делая упор на сохранение, возрождение и развитие видов декоративно-прикладного искусства удмуртов, мастера развивают 11 видов декоративно-прикладного искусства. Здесь занимаются резьбой по дереву, столярным делом, ковроткачеством, вышивкой, вязанием, конструированием национальных костюмов. Их работы уже демонстрировались на республиканских выставках и даже за рубежом. Большую работу мастера проводят по развитию садово-парковой скульптуры. Более 30 работ, посвященных сюжетам удмуртской мифологии, украшают центральную часть с. Малая Пурга и д. Старая Монья, служат незримой нитью, связующей прошлое и настоящее [4].

Народные умельцы строят из дерева экологически чистые дома и базы отдыха. Туристами активно посещаются базы отдыха Малоपुरгинского района: «Чимошур» д. Кулаево, «Олень» д. Курчум-Норья, «Вишур» д. Вишур, база отдыха в Новой Монье. На всех базах созданы все условия для полноценного отдыха. Гости размещаются в уютных рубленых коттеджах со всеми удобствами. На территории есть русская баня, удобные площадки для пикника и приготовления шашлыков.

На сегодняшний день на территории района успешно развивается охотничий туризм. Организацией охотничьих туров занимается охотничье-производственный участок «Курчумский» (90 тыс.га.), который является дочерним предприятием государственного унитарного предприятия Удмуртской Республики «Удмуртохота». ГУП «Удмуртохота» было организовано в 1993 году и в своем составе имеет 4 охотничье-производственных участка общей площадью 420 тыс. га.: ОПУ «Курчумский» Малоपुरгинский район, ОПУ «Вятский Берег» Кизнерский район, ОПУ «Зеленый Бор» Игринский район, ОПУ «Зуевы Ключи» Каракулинский район [1]. Сегодня на территории ОПУ «Курчумский» действуют 2 базы, где осуществляются охотничьи программы. Это база отдыха «Олень», расположенная на берегу пруда в экологически чистой природной зоне Малоपुरгинского района Удмуртской Республики и база «Вишур», которая находится на расстоянии 45 км от Ижевска, в 40 мин. езды.

С 8 февраля 2010 года ГУП «Удмуртохота» является официальным туроператором охотничьего международного въездного и внутреннего туризма по УР. Компания каждый год принимает иностранных туристов, в основном это туристы из Германии и Австрии. Основная цель — это добыча трофеев. По словам сотрудника ГУП «Удмуртохота» большой интерес в промысловых целях представляют лось, кабан, медведь, глухарь и тетерев. Компания предлагает следующие туры: охота на лося «загоном» и «на реву», охота на кабана «из засидки, с подхода» и «загоном», охота на медведя «на овсах», охота на самцов глухаря на токах, охота на самцов те-

терева на токах, охота на селезня с подсадной уткой, охота на вальдшнепа, охота на фазана [1]. Наибольший поток иностранных охотников приходится на осень. Средняя продолжительность тура 5–7 дней и общая стоимость программы для зарубежных посетителей составляет около 1700 Евро на человека. Количество человек в группе варьируется от 1 до 4 человек. Стоимость пакета включает в себя: 6 дней охоты в сопровождении опытных егерей, трансфер из аэропорта в район охоты, все поездки во время охоты, размещение и питание на уровне полного пансиона, переводчики для каждой группы, руководство по предварительной подготовке трофеев, оружия и ветеринарных документов. Размещаются охотники на базах отдыха, в частности на территории ОПУ «Курчумский». Во время охоты используются автомобили УАЗ Hunter как из собственного парка, так и частные внедорожники егерей. Медицинская страховка включена в стоимость путёвки. Высокая численность охотничьих животных, и, кроме того, наличие в хозяйствах удобных для проживания и отдыха охотничьих баз создают все условия для успешной охоты на лося, кабана, медведя, а также боровую, полевою и водоплавающую дичь в Малопургинском районе.

В целях дальнейшего развития внутреннего туризма в Малопургинском районе и популяризации удмуртской традиционной культуры был разработан проект туристического маршрута «Школа охоты». Малопургинский район славится не только своей богатой историей, но и природными ресурсами. Необычайно красивые природные ландшафты, богатые разнообразным животным и растительным миром леса, делают район привлекательным для туристов и охотников. Деревня Кулаево расположена в одном из живописных уголков района. Близость расположения лесных массивов открывают много возможностей, как для жителей деревни, так и для туристов.

Удмурты, как и многие другие народы, проживающие в лесной полосе, издавна были хорошими охотниками, жили и выжили благодаря охоте. «В пореформенные годы этнографами неоднократно отмечалось искусство удмуртского охотника, идущего рядом с вами так, что вы не слышите его шагов «в камышах — вровень с камышом, в траве — с травой» [6]. Охотничьи умения и навыки удмуртов оценивались очень высоко: «Многие дореволюционные авторы неизменно подчеркивают особую страсть и любовь удмуртов к охоте, подчас даже в ущерб другим занятиям: «Вотяк счастлив лишь тогда, когда он в лесу, с ружьем, собакой и трубкой во рту» [6]. Лесное хозяйство удмуртов было напрямую связано с человеческими возможностями, он стремился максимально приспособиться к условиям окружающей среды. Охота очень рано здесь приобрела товарный характер: денежной мерой удмуртов были беличьи шкурки. В современном удмуртском языке понятие «деньги» обозначается словом «коньдон» (букв.: цена белки), сейчас слово «коньы» обозначает белку и 1 коп. Наибольшую ценность представлял бобр. Арские князья вносили в «государеву казну оброк

данью вместе по 10 бобров карих, а коли не добудут бобров — по тысяче белок». Плотные шкурки бобров всегда считались самыми теплыми, мясо употребляли в пищу, а бобровой струей лечились. Была популярна охота на лося, медведя, зайца, волка, куницу, росомаху и лису [7].

Даже простейшими орудиями охотники добывали значительное количество дичи и пушнины, которую сбывали через посредников-скупщиков. Основным охотничьим оружием, начиная с эпохи камня, были лук и стрелы. Форма самого лука менялась мало, но наконечники стрел изготавливались из разных материалов — соответственно эпохам: из камня, бронзы и железа. Но при этом во все времена бытовали наконечники, изготовленные из кости. При охоте использовали копья и дротики. Для каждого вида птиц и животных удмурты применяли специальные устройства. Например, для горностаев, норок и выдр ставились маленькие капканы, спиралеобразные ловушки — клетки, тенета (казь) и корытообразные захлопывающиеся деревянные ловушки (нальык). Более тяжелые капканы предназначались для волков, лисиц и росомах. Ловушка для зайцев называлась пасть, или кечкор, изготавливалась из бревен. На птиц ставили разные силки (вы) — из конского волоса, из веток и прутьев, морды — ловушки из кольев и мелких досок. Устраивали разнообразные ловчие ямы. Ловили птиц и на смолу, намазывая ею ветки деревьев. Для заманивания использовали манки («чипсон»), изготовленные из бедренных костей соболя или куницы. «Охота на рябчиков была широко распространена среди древних удмуртов. Об этом свидетельствуют находки рябчиковых манков «сялчипсон» на городище Иднакар, датируемые IX — XIII вв. Их количество составляет 94 шт. Было принято считать, что они изготавливались из костей птиц, однако по определению сотрудника Института экологии УрО РАН П. А. Косинцева, все манки сделаны из бедренных костей соболя или куницы. Исследователь В. В. Радя предполагает, что выбор кости именно этого млекопитающего объясняется тем, «что куница входит в число самых опасных врагов рябчика» [5]. Манки дошли до наших дней почти без изменений, только теперь их делают из металлических трубочек, гусяного пера или коры молодого побега ивы.

Промысловая культура удмуртов была тесно связана и с музыкальной культурой. Большинство музыкальных инструментов — результат эволюции охотничьих манков (чипсонов). Как отмечает И. В. Мациевский: «...в сознании самих носителей фольклора ее знаковая система должна противостоять словесному способу коммуникации. С животными и духами ведь нужно говорить на их языке!». Языком общения между двумя мирами, человеческим и животным становится звучание инструмента, за которым скрывается человеческий голос [7]. К особому виду охотничьих сигнальных инструментов относится чипчирган — натуральная продольная труба. Название инструмента происходит от звукоподражательного чип-



сыны — «свистеть», «разливаться трелью». Звук на нем извлекается не вдуванием, а втягиванием воздуха в инструмент. Аналогичный инструмент у коми называется юсьпэлян — лебединая дудка. Как отмечает коми исследователь П. И. Чисталев, при игре «возникает переливающийся в регистрах по высоте и тембру звук, сравниваемый с голосом лебедя...» [5].

Тесное переплетение музыкальной культуры, песенного творчества и охоты, говорит о том, что удмурты на протяжении долгого времени жили в неразрывной связи с лесом и природой. Почитание отдельных видов животных, страх перед силами природы, боязнь разрушить природную гармонию — все это удмурты знали и понимали на инстинктивном уровне и отразили в своей культуре и фольклоре. Постепенно охота в жизни населения отошла на второй план, но сохранила социальную статусность и преемственность [7]. Удмурты издревле жили в тесной связи с природой, занимались охотой и собирательством. Одной из основополагающих целей данного маршрута, является знакомство с удмуртами, как с лучшими охотниками и отражением данного промысла в культуре. У сельских жителей и сегодня сохраняется эта гармония природы и человека, чего лишены жители больших городов.

Туристическая программа «Школа охоты» это не только возможность познакомиться с жизнью леса и приблизиться к природе, но и встретиться с миром традиционной культуры удмуртов. Проект представляет собой однодневный тур на базу отдыха «Чимошур» с познавательной экскурсией по лесу в осенне-зимний период. В зимний период возможно прохождение маршрута на охотничьих лыжах. Побывав на маршруте, туристы познакомятся с историей развития охотничьего промысла в Удмуртии, древними видами оружия, современными видами и методами охоты, приспособлениями для охоты, промысловыми животными, оберегами и лесными талисманами.

Маршрут «Школа охоты» начинается у входных ворот на базу «Чимошур». Экскурсовод расскажет про комплекс строений базы отдыха, про лес и группа направится к музею. У музея проведут игру, в ходе которой туристов разделят на 2 группы и начнется дальнейшее следование по маршруту по группам. Первая группа отправится в лес по маршруту, а вторая пойдет на экскурсию в музей. В каждой группе по 20 человек, преимущественно студенты и школьники. У каждой группы свой экскурсовод и инструктор на стрельбище. Посещение музея охоты, сделанного в виде домика-зимовки охотников-промысловиков, где представлены основные приспособления для охоты, начиная от древних ловушек, заканчивая современными. Экскурсовод проведет экскурсию «История развития охотничьего промысла в Удмуртии». Туристы смогут сфотографировать приспособления и атрибуты охоты.

Во время экскурсии по лесу экскурсовод расскажет про промысловых животных, обитание, образ жизни и способы их ловли. Туристы смогут са-

ми попробовать поработать с ловушками и другими приспособлениями для охоты. А также на маршруте будут проводиться игры и соревнования по стрельбе из лука, рогатки, пневматической винтовки. Туристы смогут почувствовать на себе все тяготы и прелести охотничьей тропы: трудный и долгий путь по лесу с препятствиями, разжигание костра и обустройство бивака, охотничьи байки у костра, лесной чай и многое другое. По возвращении с маршрута гостей ждет вкусный охотничий обед — наваристая шурпа с мясом, перепечи, табани и зеленый чай. После обеда опытные и профессиональные охотники расскажут про древние охотничьи верования и обереги. Научат изготавливать звериные обереги и лесные талисманы.

Реализацию данного маршрута предполагается на базе отдыха «Чимошур» в деревне Кулаево Малопургинского района. База расположена на берегу пруда в экологически чистой природной зоне, где созданы все условия для полноценного отдыха

В результате проведенного анализа ресурсного потенциала Малопургинского района, можно сделать вывод, что район обладает хорошими возможностями для развития внутреннего туризма. Немаловажным аспектом является и выгодное географическое положение района, позволяющее расширять и улучшать возможности рекреационного туризма. Культурно-исторический потенциал района является прекрасной базой для организации туристских экскурсионных маршрутов. Большой потенциал роста имеют экологический и промысловый туризм на территории охотничье-промыслового участка «Курчумский», паломнический туризм в Мало-Дивеевский и Серафимо-Саровский женский монастырь в с. Норя, и культурно-развлекательная программа в с. Яган, апробированная и успешно рекомендовавшая себя. Существуют предпосылки для развития рекреационного туризма, который в первую очередь представлен спортивно-оздоровительным отдыхом всех возрастных групп населения. Перспективным направлением является спортивная программа в деревне Орлово. Этноисторический туризм нашел воплощение в программе «Богатство Обрана». Все направления представляют большой интерес, но при всех возможностях и ресурсном потенциале существуют и множество проблем. Первоочередной задачей является формирование инфраструктуры туризма, что позволит в дальнейшем расширять и развивать перспективные направления.

Среди существующих программ на внутреннем туристическом рынке, проект «Школа охоты» является единственной программой, направленной на все возрастные группы и категории населения, знакомящая с охотой, как частью этнической истории удмуртского народа. У данной программы есть большие возможности и перспективы — программа может работать как в летний период, при условии, что будет проведена обработка леса, так и в зимний период. Кроме этого маршрут может использоваться не только в качестве познавательной программы для туристов, но и в качестве обу-

чающего маршрута для начинающих охотников. Реализация проекта способствует решению проблемы преемственности традиций и культуры охоты в современных условиях. Проект имеет культурно-просветительские, познавательные и развлекательные цели, в рамках которого туристы смогут познакомиться с историей становления охоты в Удмуртии, культурой и этикой охоты. Все это позволит привлечь в район не только туристов, но и начинающих охотников и тем самым создать положительный имидж района.

#### **Список использованных источников:**

1. Воршуд. Электронная энциклопедия. Режим доступа: <http://vorshud.unatlib.org.ru/index>
2. Гай И. А., Рупасова М. Б. Перспективные и приоритетные виды культурно-познавательного туризма в УР // Концепция «Развития культурно-познавательного туризма в УР, (2010–2015)»: отчет о научно-исследовательской работе / Министерство культуры УР, ИСК УдГУ, Нац. Музей УР им. К. Герда. — Ижевск: КнигоГрад, 2009. — С. 99–111.
3. Князева Л. Ф., Саранча М. А. Территориальная организация потенциала УР в аспекте культурно-познавательного туризма // Концепция «Развития культурно-познавательного туризма в УР, (2010 — 2015)»: отчет о научно-исследовательской работе / Министерство культуры УР, ИСК УдГУ, Нац. Музей УР им. К. Герда. — Ижевск: КнигоГрад, 2009. — С. 88–99.
4. Малоपुरгинский район // Удмуртская Республика: энцикл. — Ижевск, 2000. — С. 471.
5. Пчеловодова И. В. Аэрофоны в системе традиционной инструментальной культуры удмуртов. — Режим доступа: <http://www.ruthenia.ru/folklore/pchelovodova/>.
6. Официальный сайт Муниципального образования «Малоपुरгинский район» Режим доступа: <http://malayapurga.ru/>.
7. Саранча М. А. Потенциал и организация развития культурного туризма в Республике Удмуртия: монография. — Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. — 112 с.

### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УДМУРТИИ**

*Баталов А. К.*

В системе современной индустрии туризма все большую популярность приобретает новое перспективное направление военно-историчес-

кого туризма. К военно-историческому туризму можно отнести те путешествия людей, основная мотивация которых так или иначе связана с событиями военной истории или военно-исторической проблематикой.

Многие регионы России имеют огромный потенциал для развития военного туризма, где основой являются памятники на местах сражений, остатки фортификационных сооружений, братские могилы, здания и сооружения — прямые свидетели военных событий, музеи и т. д.

В настоящее время на туристском рынке России увеличивается количество компаний, занимающихся военно-историческим туризмом. Это свидетельствует о возрастающей популярности нового направления в туризме. Среди туроператоров по военному туризму следует выделить московскую фирму «Воентур М», которая, наряду с экскурсионными турами в Россию и за рубеж, приключенческими турами, эксклюзивными программами, предлагает туристам военно-исторические и военно-технические туры. Военно-исторические и военно-технические программы предназначены для людей, интересующихся вопросами истории, развития и современным состоянием российской армии, силовых ведомств РФ. В соответствии с правительственной программой по военно-патриотическому воспитанию молодежи «Воентур М» предлагает специальные обзорные и военно-исторические туры для школьников с обзорными экскурсиями по Москве, Санкт-Петербургу и посещением военно-исторических музеев и военно-технических объектов.

Федеральное агентство по туризму (Ростуризм), начиная с 2013 года, продвигает идею военно-исторического туризма. Для этой цели Ростуризм начал сотрудничать Российским военно-историческим обществом (РВИО). РВИО для создания тренда военно-исторического туризма оказывает не только консультационную поддержку, но и финансовую разработку модельных маршрутов, которые могут послужить образцом для других регионов, для других компаний, туроператоров. Ростуризм и РВИО также надеются привлечь частные инвестиции для формирования полноценных туристических пакетов.

Федеральное агентство по туризму совместно с Российским военно-историческим обществом при поддержке Министерства культуры Российской Федерации в июле 2015 года выпустило в свет атлас-книгу «Военно-исторические маршруты России», где содержатся основные маршруты по местам боевой славы на всей территории нашей страны. Книга представляет собой совместный проект, работа над которым активно велась на протяжении нескольких лет, а на завершающей стадии была взята под личный контроль Председателем РВИО Владимиром Мединским и Руководителем Ростуризма Олегом Сафоновым. В сборник вошли маршруты — победители конкурса на лучший военно-исторический маршрут, который проводился РВИО в 2014 году, а также наиболее значимые и интересные маршруты боевой славы со всей России.

Всего в совместную программу «Путешествуйте по России!» вошли 105 маршрутов. Все они связаны с местами боевой славы России. Так например, Приволжский Федеральный округ представлен следующими маршрутами: Республика Башкортостан — «По родине героев Советского Союза», Кировская область — «Маршал Победы» и «Здесь ковалось оружие Победы», Республика Марий Эл — «Здесь тыл был фронтом. Йошкар-Ола военная», Республика Мордовия — «По Ушаковским местам», Нижегородская область — «Дорогой славы по земле Минина и Пожарского», Оренбургская область — маршрут по выставочному комплексу «Салют, Победа», Пензенская область — «Все для фронта, все для победы», Пермский край — «Синяя линия», Самарская область — «Воинская доблесть запасной столиц», Саратовская область — «Саратов прифронтовой», Республика Татарстан — «Мы помним. Мы гордимся», Ульяновская область — «Симбирск — сторожевая крепость Русского государства», Чувашская республика — «Символы величия земли родной земли». Удмуртская Республика представлена в атласе маршрутом «Ижевск в годы Великой Отечественной войны».

Ведется работа по продвижению военно-исторического туризма и на межгосударственном уровне. Руководитель Федерального агентства по туризму России Олег Сафонов и глава Государственного туристического управления Китая Ли Цзиньцзао в июне 2015 года подписали двусторонний меморандум о развитии военно-исторического «красного туризма» [4]. Согласно документу с 2015 по 2017 годы Россия и Китай будут совместно разрабатывать новые маршруты и программы военно-исторического туризма. Создание общего информационного поля и плотное взаимодействие позволят создавать и предлагать на рынке новые, интересные туристические продукты, а также сохранять интерес к истории России ее объектам.

Ростуризм представил китайской аудитории туристические маршруты и объекты показа Санкт-Петербурга, Республики Татарстан, Ульяновской области, Государственного исторического музея-заповедника «Горки Ленинские», Центрального музея Вооружённых сил Российской Федерации, Историко-мемориального музея «Смольный», Историко-культурного музейного комплекса в Разливе. Таким образом, военно-исторический туризм в России получил государственную поддержку на федеральном уровне.

Удмуртская Республика имеет большой потенциал для развития военно-исторического туризма. На протяжении почти двух веков Удмуртия тесно связана с укреплением обороноспособности российского государства. Основанный в 1807 году Ижевский оружейный завод был одним из крупных военных арсеналов России [1, с. 160]. Продукция ижевских оружейников удовлетворяла значительную часть потребностей российской армии в стрелковом оружии и хорошо зарекомендовала на фронтах русско-японской и первой мировой войн.

В экономике Удмуртии, как и страны в целом, ведущее место занимал оборонный сектор. Исторически сложилось так, что группа ведущих предприятий республики общегосударственного значения занимала исключительное место в укреплении обороноспособности страны. В оборонной промышленности Удмуртии осваивался выпуск новых образцов вооружения и военной техники. Промышленные предприятия Удмуртии выпускали широкую гамму образцов вооружения и военной техники: стрелковое оружие (автоматы конструкции М. Т. Калашникова, пистолеты, снайперские винтовки), ракеты средней и малой дальности, авиапушки, зенитно-ракетные комплексы, противотанковые управляемые снаряды, системы управления ракетными комплексами, аппаратуру космической навигации и др. На территории Удмуртии располагались закрытые предприятия оборонной промышленности.

На сегодняшний день в Удмуртии можно организовывать военно-исторические познавательные туры; военно-исторические реконструкции, фестивали и праздники; военно-технические туры. Военно-исторический туризм эта одна из наиболее эффективных форм военно-патриотической работы с молодежью, посещение мест боевой славы и объектов военно-исторического наследия, сохранение памяти, трудовых и ратных подвигов ижевцев. Объектами для военно-исторического туризма (или для формирования военно-исторических познавательных туров) могут служить следующие памятники истории:

Музейно-выставочный комплекс стрелкового оружия имени М. Т. Калашникова (г. Ижевск, ул. Бородина, 19). Музей является достопримечательностью столицы Удмуртской Республики, оружейная история которого насчитывает более двухсот лет. Экспозиции современного музея высокотехнологичны, интерактивны. Главный герой музейного повествования — Михаил Тимофеевич Калашников, — своеобразная «точка отсчета», от которой ведется рассказ об Ижевске как одном из важнейших центров культуры оружейного мастерства России. Неоценим вклад ижевских оружейников в Победу над немецким фашизмом. За годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. Ижевск произвел 80 % всего стрелкового оружия, выпущенного в СССР, и поистине стал оружейной кузницей страны.

Здесь создан демонстрационный зал, включающий современный тип огнестрельного оружия, где представлены различные образцы исторического и современного оружия, а также пневматический и арбалетный тир, оснащенный мультимедийными программами [3].

Мемориал воинам, погибшим в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. (г. Ижевск, ул. Удмуртская, Северное кладбище). Мемориал расположен на месте захоронения 346 советских солдат и офицеров, которые скончались от ран в ижевских госпиталях во время Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.

Обелиск «Карающий меч» (г. Ижевск, Парк культуры и отдыха им. Кирова (главная аллея). Памятник посвящен уроженцам Удмуртии, сражавшимся на фронтах Великой Отечественной войны. На территории парка летом 1941 года была сформирована 313-я дважды Краснознаменная Орденов Суворова и Кутузова II-й степени стрелковая дивизия. В ее составе было 1700 бойцов. За оборону столицы Карелии дивизия была удостоена наименования «Петрозаводская», дошла до самого Берлина. Всего на территории Удмуртской республики было сформировано 13 стрелковых, девять артиллерийских, восемь авиационных дивизий и 12 транспортных частей, а также отдельный истребительный противотанковый дивизион имени Комсомола Удмуртии.

Монумент боевой и трудовой славы (г. Ижевск, ул. 50 лет Октября, Карлутская пл.). Мемориал посвящен сынам и дочерям Удмуртии, внесшим вклад в Победу в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг. Изображенные на барельефе монумента воины, сталевар и женщина с ребенком олицетворяют единство героев тыла и фронта в борьбе за Родину. На облицованном мраморном стилобате в бронзовом светильнике в форме пятиконечной звезды горит Вечный огонь. Здесь же установлена стела с перечнем 101 имени уроженцев Удмуртии — Героев Советского Союза.

Бюст дважды Героя Советского Союза Е. М. Кунгурцева (г. Ижевск, Карлутская пл.). Евгений Максимович Кунгурцев (1921–2000 гг.) — командир звена и эскадрильи 15-го гвардейского штурмового авиационного полка, генерал-майор авиации (1964), уроженец удмуртской столицы — Ижевска. В годы Великой Отечественной войны Кунгурцев воевал на Ленинградском фронте, освобождал Прибалтику, сражался в Восточной Пруссии, на подступах к Берлину. К февралю 1945 г. Евгений Максимович совершил 210 боевых вылетов на разведку и штурмовку опорных пунктов, аэродромов, скоплений войск и техники противника, а также сбил фашистский истребитель. Дважды удостоен «Золотой Звезды» Героя СССР, имеет 11 орденов и различные медали.

Музей истории Ижевского медицинского колледжа имени Героя Советского Союза Ф. А. Пушиной (г. Ижевск, ул. Красногеройская, 12). Музейная коллекция посвящена истории медколледжа, в здании которого в годы Великой Отечественной войны размещался военный госпиталь. Среди уникальных экспонатов документы и личные вещи выпускницы учебного заведения Героя Советского Союза Ф. А. Пушиной, картины преподавателей — ветеранов войны, воспоминания врачей, наградные листы и письма. За тяжелые фронтовые годы в Удмуртии было сформировано и перебазируется из западных районов страны 57 эвакуационных госпиталей.

Бюст Героя Советского Союза Ф. А. Пушиной (г. Ижевск, ул. Красногеройская, 12). Федора Андреевна Пушина (1923–1943) — военфельдшер 520-го стрелкового полка (38-й армии 1-го Украинского фронта), лейтенант медслужбы, уроженка д. Тукмачи Удмуртии. В Красной армии

с 1942 г. По 6 ноября 1943 г. в с. Святошино (ныне в черте г. Киева) спасла из вспыхнувшего в ходе вражеской бомбардировки здания более 30 советских солдат, но сама получила тяжелые ожоги и в тот же день скончалась. Удостоена звания Героя Советского Союза посмертно.

Памятник воинам-металлургам, погибшим в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг. (г. Ижевск, ул. Интернациональная). Во время Великой Отечественной войны более двух тысяч сотрудников завода «Ижсталь» ушли на фронт. Оставшиеся совершили не менее героический трудовой подвиг. За фронтовые годы ижевские металлурги освоили 75 новых марок стали, снабжали металлопродукцией более 150 предприятий страны, производящих оружие и военную технику, в том числе самолеты и танки. Фронт получил от завода столько металла, сколько было произведено за 10 предвоенных лет.

Монумент Славы, посвященный боевому и трудовому подвигу ижевских машиностроителей в годы Великой Отечественной войны (г. Ижевск, пр-д Дерябина, 2). Во время Великой Отечественной войны завод «Ижмаш» выпускал около 20 видов военной техники. За фронтовые годы он произвел более 11 млн. винтовок и карабинов, более 15 тысяч авиационных пушек, более 130 тысяч противотанковых ружей. Завод стал первым в Удмуртии предприятием-орденоносцем: в 1942 г. он был награжден орденом Ленина, а затем и орденом Красного Знамени (1944). В основании монумента Славы, установленного в 1970 г., заложена капсула с посланием для молодежи 2017 г.

Подводя итог, отметим, что в Удмуртии, военно-исторический туризм является пока малоосвоенной сферой деятельности, но потенциально способной к развитию. Военно-исторический туризм может и должен оказаться стимулом для развития въездного и внутреннего туризма в Республику.

Однако существуют и проблемы продвижения данного вида туризма. Военно-историческому туризму мешают плохая инфраструктура и недостатки законодательства, считают эксперты. Пока в сфере военно-исторического туризма упорядочено лишь посещение тематических музеев и реконструкций. Проблема инфраструктуры касается состояния самих достопримечательностей, а также отсутствия дорог, мест питания и размещения, табличек, которые информировали бы потенциальных туристов. Кроме того, необходима концепция развития этого вида туризма, основанная на комплексном подходе к обустройству предназначенных для него территорий.

#### **Список использованных источников:**

1. История Удмуртии: конец XV – начало XX века. Ижевск, 2004. 552 с.
2. Титова Е. А. Военный туризм как новое направление на туристском рынке. — Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/titova.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/titova.htm)



3. <http://museum-mtk.ru/> — официальный сайт музейно-выставочного комплекса им. М. Т. Калашникова
4. [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru) — официальный сайт Федерального агентства по туризму

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

*Серебрякова И. Л.*

В настоящее время туризм является динамично развивающейся отраслью, отзывчивой на различные инновации. Современных туристов привлекает не только осмотр достопримечательностей, знакомство с храмами, памятниками и музеями, посещение новых городов и стран, но и ознакомление с местной кухней. Такой вид туризма носит название гастрономического. Гастрономический туризм — вид туризма, основной целью которого является знакомство с кухней той или иной страны. Гастрономический тур — комплекс мероприятий по дегустации блюд, характерных для местной кухни [1]. Цель гастрономических туров — насладиться особенностями кухни той или иной страны. При этом данная цель не сводится к тому, чтобы попробовать какое-то редкое, экзотическое блюдо или перепробовать бесчисленное количество кушаний. Важно насладиться местной рецептурой, которая веками вбирала в себя традиции и обычаи местных жителей, их культуру приготовления пищи.

Гастротуры делятся на два вида: сельские (так называемые, «зелёные») и городские. Их принципиальное отличие заключается в том, что, отправляясь, в сельскую местность турист стремится попробовать экологически чистый продукт, без каких-либо добавок. Например, «зелёные» туры предлагают сбор дикорастущих ягод в лесу, винограда на виноградниках, овощей и фруктов на фермах. Городской же гастротур может включать в себя посещение кондитерской фабрики или маленького колбасного цеха и ресторанчика при нем, где из выпускаемой на фабрике или в цеху продукции готовится деликатесное блюдо [2].

Кроме того, существуют туры, которые знакомят не с различными блюдами в одной местности, а с одним блюдом в разных местностях. Это весьма знаменитые французские, болгарские винные туры, предлагающие прогулки по виноградникам, сбор винограда, дегустацию вин. Сырные туры в Голландию, Швейцарию, Италию, где можно отведать сорта лучших сыров, посетить сырную ярмарку. Пивные туры по Германии, Австрии, Чехии, Бельгии запомнятся любителям пенного напитка не только его разнообразием, но и посещением пивоварен, знаменитых пивных баров и фес-

тивалей. По мнению ряда экспертов кулинарной и ресторанной сферы, гастрономический туризм не всегда можно отделить от других видов туризма, так как национальная кухня во многом является частью культуры в целом.

Следует отметить, что в последнее время популярными становятся гастрономические фестивали. Гастрономические фестивали включают презентации, дегустации кулинарных произведений, а также мастер-классы. Часто гастрономические фестивали сопровождаются шоу и развлекательными программами. Многие гастрономические фестивали проводятся на основе национальной кухни, предоставляя возможность иностранным туристам познакомиться с кухней, а также с традициями и культурой народа. Примерами гастрономических фестивалей являются международный фестиваль пива «Oktoberfest» в Мюнхене (Германия) — крупнейший в мире фестиваль пива; праздник молодого вина «Божоле Нуво» (Франция); парижский салон шоколада (Франция) и др.

Практически любая страна имеет потенциал для развития у себя гостротуризма, ведь в каждой стране своя неповторимая национальная кухня, свои традиции гостеприимства. В России кулинарный туризм пока редкое явление: нет продуманных гастрономических маршрутов, число россиян, готовых платить деньги за подобное путешествие, очень мало [3]. Однако и у нас все больше людей осознают перспективность этого направления турбизнеса. Думается, что в России, в том числе и в Удмуртии главным образом будет развиваться «зеленый» гостротуризм.

В каждой национальной кухне есть блюдо, которое представляет ее во всемирной кулинарии и по которому гурманы всей планеты судят о гастрономических пристрастиях нации. Когда речь заходит об удмуртской народной кухне, прежде всего подразумеваются пельмени. Этимологические словари указывают, что слово пельмени заимствовано из финно-угорских языков и происходит от слова «пельнянь», что означает «хлебное ухо» (пель — «ухо»), нянь — «хлеб»). Хотя из какого точно языка это слово попало в русский точных данных нет, в качестве возможных вариантов рассматривают коми, удмуртский, мансийский и финские языки. Тем не менее, жители Удмуртии совершенно уверены, что именно здесь придумали это блюдо и Удмуртия по праву считается родиной пельменей. В пользу этой версии говорит и тот факт, что именно через территорию Удмуртии проходил Сибирский тракт, «благодаря» которому каторжные и заключенные, а также конвоирующие их солдаты и казаки познакомились с культурой и кухней местных народов. И именно, благодаря Сибирскому тракту пельмени проникли в Сибирь, где и получили второе рождение под названием «сибирские пельмени».

Впрочем, похожие блюда есть в кухнях многих народов. Так, в Китае это — цзяоцы, баоцзы, вонтоны и шуйяо; в кухнях народов Тибета и Кореи, Средней Азии и Кавказа также есть аналоги пельменей — позы, ман-

ты, хинкали, момо, манду, тушпара и чучвара, дюшбара, чошура, в Крыму пельмени называются татараш; в еврейской кухне — креплах; в Италии есть равиоли и тортеллини; на юге Германии в швабской кухне готовят блюдо маульташен; в западных областях России и в Белоруссии — колдуны.

В Удмуртии же решили увековечить именно пельмени. В Ижевске установлен единственный в мире памятник этому всенародному блюду (железобетонный пельмень на трехметровой вилке), а в Игринском районе уже несколько лет работает экскурсионно-туристический маршрут «В поисках Пельняня, или Китайский след», который активно посещается туристами. И именно в Игринском районе, на родине знаменитых в республике чутырских пельменей, через 2–3 года планируют открыть резиденцию пельменя. Продолжением развития удмуртского бренда «Удмуртия — родина пельменей» стал фестиваль «Всемирный день пельменя», который впервые прошел в столице республики в феврале 2015 года. Вдохновители и организаторы фестиваля, в числе которых Министерство национальной политики Удмуртии, рассчитывают, что «Всемирный день пельменей» станет своеобразным гимном интернациональному блюду и соберет за одним столом мастеров по лепке пельменей и любителей пельменных блюд из разных частей света [4].

Фестиваль «Всемирный день пельменей» проходил в г. Ижевске с 8 по 14 февраля 2015 года. В рамках фестиваля состоялся поединок национальных пельменных блюд «Пельменный съест», который сопровождался карнавальной анимацией и демонстрацией традиций разных народов, связанных пельменными блюдами. Все желающие смогли познакомиться с особенностями узбекской, немецкой, татарской, марийской и украинской кухонь. На Центральной площади города прошла Кулинарная ярмарка. На площади были установлены русские печки и огромные котлы на открытом огне, где готовили пельмени на любой вкус: из черного, белого и серого теста, с начинкой из мяса, капусты, рыбы и даже сушеной крапивы.

Во время массовых гуляний на площади работали анимационные зоны в ярмарочном стиле, проводились целые пельменные обряды: танцевальные мастер-классы, национальные игры, удмуртский «стронгмэн». Одним из элементов массовых гуляний стала старинная русская игра «Взятие крепости». На другой городской площадке развернулась масштабная «Удмуртская ярмарка ремесел», на которой собрались мастера и рукодельники со всех уголков республики и ближайших регионов. Они не только продавали свои произведения, но и учили всех желающих своему искусству. В рамках мероприятия также прошел детский конкурс на создание символа фестиваля «Всемирный день пельменя 2016». Кроме того, гости фестиваля смогли поучаствовать в создании арт-объектов. Завершился фестиваль массовыми гуляньями, ярмарками, фолк-концертом и награждением победителей пельменного поединка.

Кроме того, 31 января в Игринском районе республики в рамках «Всемирного дня пельменей» прошел Всероссийский кулинарный фестиваль «От Китая до Пельняня». Фестиваль предоставил уникальную возможность собрать в Игринском районе всю кухню пельменей (манты, чебуреки, raviоли, хинкали, вареники и т. д.), попробовать все виды пельменей, познакомиться не только с кулинарными секретами национальной кухни, но и с самобытной культурой разных народов, готовящих эту пищу. В программе было немало различных тематических конкурсов: на лучших лепщиков пельменей, по скоростной рубке капусты, сборке мясорубок на время.

Цель фестиваля — проникновение и ознакомление с разнообразием кухонь народов проживающих на территории России, укрепление дружеских связей между людьми разных национальностей, гармонизация межэтнического и межнационального общения, взаимообогащение культур; формирование семейных ценностей; повышение культуры семейного досуга молодежи. Главная задача фестиваля — познакомить с национальными традициями и культурами, пропагандировать здоровый образ жизни.

Участниками фестиваля стали: организации общественного питания (кафе, рестораны), национально-культурные автономии, национальные движения и диаспоры, общественные объединения, женские союзы и индивидуальные предприниматели Удмуртии и соседних регионов: Пермского края, Кировской области, Татарстана, Республики Мордовии, Башкирии, Марийской республики и др. Каждая делегация оформляла свою выставочную площадку в едином национальном стиле. Подача блюд, рецепты, национальные костюмы, предметы сервировки, оформление стола отражали особый колорит кухни того народа, которую представляли.

Следует отметить, что Всероссийский международный кулинарный фестиваль «От Китая до Пельняня» (Игра, Удмуртская Республика) стал дипломантом Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» во Владимире в номинации «Лучшая идея для развития событийного туризма». Всего на соискание премии было представлено 232 проекта из 101 населенного пункта страны. Целью Премии являлось выявление наиболее интересных и успешных проектов в области событийного туризма, формирование заинтересованного отношения к этим проектам и событиям со стороны органов власти и широкой общественности.

Организаторы фестиваля «Всемирный день пельменя», планируют сделать этот фестиваль ежегодным и сделать все, чтобы бренд столицы и родины пельменей закрепить за Удмуртией.

Необходимо возрождать региональные продуктовые бренды. Это даст дополнительный импульс для развития гастрономического туризма внутри страны и будет работать на привлечение туристов, способствуя активизации внутреннего и въездного туризма. Необходимо также развивать гастрономический туризм для жителей своего района (туры выходного дня).

### **Список использованных источников:**

1. Организация туристической индустрии: учебное пособие / Ю. А. Матюхина. — М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011
2. Путешествия за вкусностями, или особенности гастрономического туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://blog.holidaykey.ru>
3. Туринфо: интервью [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tourinfo.ru>
4. <http://pelmenfest.ru> — сайт, посвященный Всемирному дню пельменя.

## **АГРОТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

*Заляева Р. И.  
Акатьева Л. В.*

Экспертами в области туризма отмечается, что наметился достаточно устойчивый тренд на туристский спрос на инновационные туристские продукты. В мире наблюдается поворот от массового туризма к более содержательным видам путешествий. Если раньше массово использовали модель отдыха, основанную на трех «S» — sun, sea, sand (солнце, море, песок), то сейчас все более популярной становится модель трех «L» — landscape, lore, leisure (пейзаж, традиции, отдых) [4].

Решением данной проблемы может стать агротуризм — новое направление в туризме, которое было сформировано за последнее десятилетие. На развитие данного направления повлияло «зелёное движение» и развитие экологического мировоззрения. По оценкам экспертов ВТО агротуризм входит в пятерку видов туризма, развитие которого запланировано до 2020 года [3].

В Европе агротуризм занимает второе место, после традиционного пляжного отдыха, приносит в среднем около 20–30 % от прибыли сферы туризма. В некоторых европейских странах таких как: Франция, Германия, Италия, Испания, Голландия, а также Великобритания и Ирландия, агротуризм входит в целевые программы и программы по развитию сельской местности [9].

Термин «аграрный туризм» и другая, чаще встречающаяся краткая форма «агротуризм», являются дословным переводом с английского «agro tourism» [12].

Агротуризм — сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и её особенностей для создания комплексного турист-

ского продукта [13]. Кроме того в литературе можно встретить и другие термины, относящиеся к сфере агротуризма: экотуризм, биотуризм, сельский туризм и др.

Экотуризм определяется как ответственное путешествие в природные территории, которое содействует охране природы и улучшает благосостояние местного населения» [14].

Биотуризм — туризм, объектом которого являются любые проявления живой природы, будь то отдельные виды или биоценозы. Природный туризм — туризм, объектом которого является любая природа, как живая, так и неживая [12].

Предполагается, что сельский туризм несет в себе цель спокойного отдыха в сельской местности, тогда как агротуризм располагает к изучению природы, национальных ремесел, промыслов и обычаев. Однако, в отечественной практике эти понятия являются синонимами и характеризуют один и тот же вид отдыха.

Сельский туризм, во многом схож с экотуризмом и преследуют одинаковые цели, в том числе: сохранение окружающей среды, поддержка благополучия местного населения, потребление экологических ресурсов и экологически чистых и свежих продуктов. Агротуризм и экотуризм можно считать элементами концепции туризма, который подразумевает использование природных ресурсов и поддержание их в надлежащем состоянии.

В специальной литературе появилось также новое понятие «экоагротуризм», которое предусматривает отдых у сельских жителей, которые выращивают сельскохозяйственную продукцию с использованием экологических методов. Здесь агротуризм совмещается с экологическим сельским хозяйством [7].

Обобщая, можно сказать, что терминологическое многообразие связано в первую очередь с широким содержанием и разнообразной деятельностью в области данного направления туризма, слабой теоретической изученностью проблематики и недостаточным опытом практической реализации и др.

Обосновывая роль аграрного туризма, считаем необходимым обратиться к анализу туризма с точки зрения его градации на «мягкий туризм» и «жесткий туризм», представленной в литературе.

Основной целью «жесткого» туризма, является максимальное получение прибыли, тогда как для «мягкого» туризма наиболее важен не только успешный бизнес, но и забота о культурном благополучии туристских регионов, щадящем использовании и воспроизводстве их ресурсов, минимизации ущерба окружающей среде. Согласно определению Й. Криппендорфа, основная задача новой политики туризма, который определяется им как тихий, или спокойный туризм, состоит в том, чтобы надолго обеспечи-

вать как физический, так и духовный отдых для своих посетителей. Соответствующие спокойному туризму виды занятий — нетехнизированные, такие как: пешие и велосипедные прогулки, верховая езда, плавание, катание на санках и т. д. [12].

Иную формулировку предложил немецкий ученый К. Х. Рохлицц. «Мягкий туризм» — это количественно умеренный туризм, который благодаря дистанцированной интеграции создаёт для местных жителей экономические выгоды и обеспечивает взаимопонимание между гостями и местными жителями, а также не причиняет ущерба ни ландшафту, ни местной социокультурной среде [12]. Следуя данной трактовке «мягкий туризм» — это система, содержащая четыре компонента, наличие которых является обязательным: оптимальный отдых гостей, наличие интактного ландшафта, т. е. такого, с которым гости соприкасаются непосредственно, наличие интактной местной социокультурной сферы, доход от туристской деятельности.

Свой вклад в определение мягкого туризма внес Д. Крамер. По его мнению, гуманизация туризма, реформирование и преобразование из жесткого туризма в мягкий целесообразно проводить через целенаправленное воздействие на массовую целевую аудиторию, через политику больших турфирм и организаций, а не через малые каналы, то есть индивидуальных туристов и небольшого количества единомышленников [2]. Автор считает, что ярким примером такой организации могут служить природоохранные общества, участники которого, бережно относятся к природе и готовы пренебречь шиком пятизвездочных гостиниц и отдыхать в деревенских условиях. Можно сделать вывод, что туристом в системе «мягкий туризм» является не просто турист, а специально подготовленный.

Анализ трактовок и содержания «мягкого туризма» позволяет отнести к данному направлению и агротуризм, что подчеркивает не только его экономическое, но и социально-культурное, гуманистическое, образовательно-воспитательное значение.

По мнению исследователей, агротуризм обладает следующими основными специфическими особенностями, отличающими его от других видов туризма [1]:

во-первых, агротуризм предполагает путешествие на территорию сельских поселений, то есть временный выезд с постоянного места пребывания;

во-вторых, путешествие кем-то организовано и предполагает наличие целого комплекса как обычных (проживание, питание и другие), так и специфических платных услуг (уход за животными, растениями, сбор грибов, ягод и другие);

в-третьих, целью такого путешествия для туриста является отдых на природе, ознакомление с сельской жизнью, сельскохозяйственным производством и деятельностью сельскохозяйственных предприятий.

Можно выделить еще ряд критериев, которым должен соответствовать агротуризм: обращённость к природе и использование преимущественно природных ресурсов; минимизация ущерба среде обитания; нацеленность на экологическое образование и просвещение, на формирование отношений равноправного партнёрства с природой и заботящимся о сохранении местной социокультурной сферы; экономическая эффективность, устойчивое развитие тех районов, где он осуществляется.

Причиной быстрого развития агротуризма в Европе послужил кризис в сельском хозяйстве. Агротуризм не только создал новые рабочие места, но и принес неплохую прибыль. Первое место по агротуризму в Европе занимает Италия — ее доход составляет около 350 млн. долларов в год. В некоторых странах агротуризм помог сохранить и поддержать экологическую обстановку, а так же восстановить ландшафт в сельской местности. Таким примером служат знаменитые альпийские луга в Швейцарии, парки и замки Италии, каналы и мельницы Голландии [11].

Как показывает международная практика, совершенствование данного вида туризма в форме малого предпринимательства, способно перевести сельское население из сферы производства в сферу услуг. Агротуризм может быть конкурентоспособным, поскольку цены на проживание на порядок ниже, чем проживание в гостинице или санатории. Соответственно агротуризм может конкурировать с другими видами туризма. Такие цены, которые предлагает агротуризм позволяют отдыхать среднему классу населения. Целевая аудитория агропутешествий не имеет ограничений. Обычно турист при организации путешествия преследует несколько целей и если основная, как правило, носит рекреационный характер, то дополнительная может быть обучением или культурным обогащением. Соответственно выделяют: научный, познавательный и рекреационный агротуризм.

Особенностью совершенствования агротуризма в странах Европы стало появление моделей агротуризма. На данный момент существуют:

1. Французская модель — главной особенностью данной модели агротуризма является гастрономия и виноделие. Суть ее в том, что туристу предоставляется дом и кухня, а также право пользования винным погребом и деревенскими продуктами. Если учесть то, что каждый фермер имеет свой виноградник, а соответственно и свое вино, выбор ферм огромен. Не следует так же забывать, что кроме вина там производят еще и большое количество сыров и коньяка.

2. Итальянская модель — похожа на французскую, но имеет некоторые особенности. Так кроме гастрономии, данная модель предлагает еще и развлекательную программу, которая заключается в посещении туристами исторических достопримечательностей, часто совмещает еще и активные занятия спортом.



3. Британская модель — представляет собой проживание гостя в доме хозяина. Основным развлечением на ферме являются различные прогулки (пешие, конные, велопогулки), а также рыбалка и сбор грибов. Кроме того в последнее время в Британии появился новый вид туризма который представляет собой исторический сельский туризм, то есть появляются деревни разных времен и эпох.

4. Немецкая модель агротуризма. Главная особенность этой модели — работа на грядках. Гости и хозяева вместе работают на ферме каждый день, сажают, поливают, ухаживают за скотом и многое другое. В Германии существует два вида агротуризма. Первый это непосредственно агротуризм в чистом виде, т. е. проживание на ферме и помощь хозяевам. Второй вид — это этно-туризм, который подразумевает участие в различного рода праздниках, фестивалях [10].

Стоит заметить, что не следует строго относить конкретную модель к определенной стране.

Россия является весьма перспективной страной для комплексного развития агротуризма. Более половины ландшафтно-географических и климатических ресурсов страны могут быть использованы для развития самых различных туристских направлений с учетом потребностей туристов (для сравнения у Турции туристский потенциал составляет — 38,4, Греции — 35, Италии — 49, Франции, Испании и Германии — несколько более 50 %) [11].

Однако, природный и культурный потенциал — это не единственный драйвер развития агротуризма в регионе. К необходимым факторам развития рынка агротуристских услуг относят:

1. Наличие туристско-рекреационных ресурсов;
2. Поддержка агротуризма со стороны государства;
3. Стабильность и открытость политики и экономики;
4. Рост общественного богатства и доходов населения;
5. Сокращение рабочего и увеличение свободного времени;
6. Развитие транспорта, средств коммуникаций и информационных технологий;
7. Усиление урбанизации;
8. Построение интеллектуального общества;
9. Упрощение и гармонизация налогового, валютного, таможенного, пограничного и других форм регулирования.

К негативным факторам развития рынка агротуристских услуг относят:

1. Напряженность в международных отношениях;
2. Нестабильность политики и закрытость экономики;
3. Стагнация экономики и падения благосостояния населения;
4. Неустроенность туристических ресурсов;

5. Нерациональное использование культурно-исторической и культурной наследия и окружающей среды;
6. Низкий уровень доходов населения и недостаток свободного времени;
7. Загрязнение окружающей среды и экологическая опасность;
8. Недооценка роли туризма в интеллектуализации общества;
9. Недооценка роли туристического бизнеса в наполнении бюджета.

Серьезным препятствием в развитии агротуризма туризма в России является несовершенство федерального законодательства. Законодательство в сфере предоставления агротуристических услуг на данный момент разработано недостаточно, и отсутствие нормативно-правовых актов, которые наделили бы желающих работать для туристов каким-то определённым статусом не вызывает оптимизма. К примеру, на Алтае всего 17 предприятий, оказывающих услуги сельского туризма, зарегистрированы официально, тогда как остальные (а их более сотни) работают нелегально. Из сложившейся ситуации существует единственный выход: узаконить статус сельского предпринимателя и приняться за разработку соответствующих правовых актов. Роль муниципальных образований в развитии сельского туризма очень важна, так как они выполняют специфические и уникальные функции: перевод местного туристско-рекреационного потенциала в активный туристский ресурс: доступность туристских ресурсов сельской местности; обеспечение экологической чистоты места, при этом удаленность от крупных центров может являться не минусом, а плюсом; доступность места, хорошие подъездные пути; обеспечение выполнения санитарно-гигиенических норм; обеспечение соответствующего запросу клиента уровня комфорта [5]. К сожалению, это является еще одним фактором, тормозящим развитие агротуризма в России, так как наблюдается неудовлетворительное использование муниципальными органами своей управляющей функции, определяющей политику муниципальных образований в сфере туризма, роли регулятора и организатора туристского развития.

Однако не только несовершенство российского федерального и муниципального законодательств является препятствием для повсеместного развития агротуристического бизнеса. Серьезный негативный фактор — часто ужасающее состояние дорог и неразвитая инфраструктура потенциальных туристских районов, высокая стоимость транзитных услуг (авиационного, железнодорожного и водного транспорта). Помимо этого иностранные туристы боятся ехать по ряду причин, которые ещё не устраняются в России. Так, например, агротуризм по-европейски предполагает проживание туристов в комфортной усадьбе на лоне ухоженной природы. В России сельский туризм, к сожалению, в большинстве случаев, означает проживание в запущенном доме, среди тягот отсутствия цивилизации [8].

Агротуризм или деревенский отдых в России заражает многих. Однако слабое проявление туристских потоков существует из-за отсутствия четкой маркетинговой и информационной политики по продвижению этого вида туризма, как среди россиян, так и среди иностранцев. Продвижение агротуризма в России тормозит также недостаточная разработка пакетов услуг. Туроператоры неохотно сотрудничают с индивидуальными предпринимателями, оказывающими услуги сельского туризма, поскольку согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [6], ответственность за предоставленные услуги полностью ложится на туроператора.

Другая большая проблема, с которой могут столкнуться туроператоры, заключается не в деньгах и не в ремонте домов, а в людях: жители российской глубинки недоверчивы и боязливы, их сложно уговорить принять у себя туристов. Однако при умело организованной деятельности со стороны муниципальной власти, туристских предприятий будет возможным разработать данный вид туризма. Агротуризм — не просто гостиница, а построенный на общении отдых. Приехав туристом, человек должен уехать другим [8].

Немаловажным фактором для россиян, тормозящим их активность в европейском агротуризме, всегда был языковой барьер. Формат агротуризма не подразумевает наличия гидов, говорящих на языке гостя. Основное общение происходит с принимающей семьей, и если те не являются полиглотами, объясняться придется на языке жестов [10].

Основным недостатком агротуризма является низкий уровень прибыли и необходимость постоянного финансирования в первые годы существования из-за высоких затрат, связанными с систематической работой с населением и продвижением турпродукта.

Таким образом, проведенный анализ позволяет характеризовать агротуризм как сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и её особенностей для создания комплексного туристского продукта. Понятие агротуризма может являться синтезом различных определений, принятых в зарубежных странах, где отдых в сельской местности принято называть агротуризмом, зеленым, деревенским туризмом и др.

Агротуризм возник как относительно недорогая альтернатива туристскому курортному отдыху, основанная на использовании ресурсов сельской местности. Международная практика показывает, что развитие агротуризма является крупной социально-экономической программой по переводу части аграрного сектора из сферы производства в сферу услуг.

Агротуризм помогает решить важные задачи для развития региона: остановить отток местного населения, повысить доход и занятость сельчан, уменьшить риск негативных явлений и воссоздать культурное насле-

дие, традиции и ремесло. Сельское хозяйство России переживает не лучшие времена. Причиной быстрого развития агротуризма в Европе также послужил кризис в сельском хозяйстве. Минимизируя кризисные явления, европейские государства выработали модели агротуризма с учетом местной специфики, которые продолжают совершенствоваться. Модель агротуризма в России находится пока на стадии осмысления и бессистемных попыток формирования.

Оценивая опыт становления и развития сельского туризма в России и за рубежом, можно говорить, что для его развития необходимо учитывать определенные движущие силы — экзогенные (внешние) и эндогенные (внутренние) факторы развития. Наличие благоприятных факторов приводит к лидерству отдельных регионов и страны в мировом и региональном туризме, и наоборот, нежелательные факторы снижают туристский поток.

На основе анализа современного состояния российского агротуризма в данной работе показано, что развитие сельского туризма в современных социально-экономических и законодательно-правовых условиях затруднено. Предпосылки зарождения сельского туризма в нашей стране схожи с западными, однако путь развития оказался совершенно иным. Европейский сельский туризм быстро стал доходным бизнесом. В России агротуризм пока не получил широкой популярности, несмотря на наличие всех предпосылок для его развития. Поэтому изучение мирового опыта организации этой разновидности туризма становится актуальным, как с точки зрения определения возможных направлений развития, так и с точки зрения поиска новых, возможных только в России, форм организации агротуризма.

Российским туроператорам необходимо диверсифицировать деятельность, в том числе, осваивая агротуризм как перспективное направление туризма, осознавать необходимость формирования, продвижения и реализации агротуров. Как показывает зарубежная практика эффективная структура затрат позволяет создать туристский продукт с низкой себестоимостью. При качественном администрировании возможно поддерживать конкурентоспособные цены, так как стоимость размещения в данном секторе ниже, чем в гостиничном. На сегодня сфера агротуризма является почти пустующей нишей на рынке туристских предложений в России. Туристские путёвки по направлению агротуризма являются инновационным продуктом для российских туристов. Следует также отметить, что в России такой вид отдыха еще недостаточно популярен.

Кроме того, агротуры не входят в номенклатуру основных турпродуктов операторов. Изучение сайтов ведущих туристских компаний, таких как «Интурист», «Pac Group», «Tez tour», «Натали Турс» и других, показало, что присутствует лишь незначительное упоминание об агротуризме, ознакомиться с вариантами поездки туристу не представляется возможным. В це-

лом на российском рынке единицы туроператоров, которые работают в сфере агротуризма. Это: «Интурлюкс» — в Испании, «Хит Вояж» — в Италии, «Тройка Сайпрус трэвел энд турс» — на Кипре. Эти туристские компании осуществляют свою деятельность не напрямую, а покупают уже готовые пакетные туры у туроператоров страны пребывания. Культурно-развлекательную программу туристы организуют уже на месте и самостоятельно. Однако считаем, что Россия может повторить путь Европы от массового туризма к индивидуальному. Более того, в нашей стране данный сегмент уже начинает формироваться. Все более популярна тенденция обращенности ко всему натуральному и экологичному — «экотечение».

С целью выяснения причин отсутствия предложения агротуров нами был проведен опрос специалистов 11 турфирм города Ижевск: «Ариет-Тур», «1001 тур», «Солнечный берег», «Роза ветров», «Ариадна-тур», «Оазис-Трэвел», «Меридиан-тур», «Натали Турс», «Tez tour», «Отдыхай!» и «Апельсин тур». Менеджерам турфирм было предложено ответить на один закрытый и два открытых вопроса о наличии предложений агротуров, а если таковых нет, то причины их отсутствия.

На вопрос: «Реализуются ли вами агротуры?», — девять специалистов турфирм ответили отрицательно, более того, специалисты двух турфирм вообще не имеют представления о существовании таких туров (!).

На вопрос: «Назовите причины отсутствия агротуров в предложении турфирмы» были получены следующие ответы: «мы не работает с этим направлением; наша фирма предпочитает работать с массовыми туристскими направлениями, люди не спрашивают о нем» и т. п.

На вопрос: «Готовы ли Вы разработать маршрут агротура?». Десять специалистов турфирм ответили отрицательно, и лишь одно турагентство в индивидуальном порядке было готово рассмотреть этот запрос.

В рамках эмпирического исследования, целью которого было выявление привлекательности новой услуги (агротура) для российского потребителя было опрошено 60 жителей города Ижевска. Выборка носила случайный характер. Респондентам было предложено ответить на вопросы анкеты, выявляющие степень осведомленности об агротуризме, желание получить данную услугу и об отдельных услугах, которые были бы для них интересны в рамках агротуристства.

Анализ результатов анкетирования позволил сделать вывод о том, что большинство респондентов (77 %) не осведомлены о существовании такого направления туризма как агротуризм. И лишь 5 человек дали утвердительный ответ, что составляет 8 % от числа респондентов. Остальные (15 %) что-то слышали, но не имеют полного представления.

После объяснения сущности агротуры, на вопрос: «Хотели бы Вы связать свой отдых с агротуризмом?», — 52 человека ответили утвердительно, что составляет 87 % от общего числа респондентов; 8 человек от-

ветили отрицательно, что составляет 13 %, объяснив свою позицию тем, что имеют личный приусадебный участок и не рассматривают агротуризм как вид отдыха. Из ответов респондентов следует, что большинство опрошенных хотели бы связать свой отдых с агротуризмом.

На вопрос анкеты: «Какие дополнительные услуги Вы хотели бы получить в агротуре?», — 24 человека (40 %) отметили, что хотели бы посетить мастер-класс по приготовлению местной пищи и дегустация продуктов местного производства; 17 человек (28 %) предпочли бы прокат автомобиля и аренду велосипедов; 12 человек (21 %) — экскурсионные и развлекательные программы. И только 7 человек (11 %) хотели бы поработать по хозяйству. Из ответов респондентов следует, что идея отдыха на агроферме и возможность поучаствовать в процессе приготовления пищи и ухода за животными достаточно привлекательны. Перспектива работы на ферме энтузиазма не вызвала.

Таким образом, можно говорить о том, что потребность в программах агротуризма у жителей города Ижевска существует. Степень заинтересованности данным направлением туризма достаточно высока, о чем свидетельствуют мнения тех респондентов, которые к началу опроса не имели информации об агротуризме. Однако после объяснения сущности услуги и ее преимуществ, опрашиваемым понравилась идея отдыха на агроферме.

*Проведенный теоретический анализ и практическое исследование позволяет констатировать, что в условиях падения сельскохозяйственного производства возникает необходимость поиска новых путей выживания агропроизводителей. Одним из них является внедрение процесса диверсификации. Под диверсификацией, прежде всего, понимается освоение новых, не свойственных данной отрасли направлений деятельности. Туризм является одним из таких направлений. В свою очередь туризм переживает не лучшие времена и нуждается в инновациях, не требующих больших инвестиций. Решением обозначенных проблем может стать агротуризм, сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и её особенностей для создания комплексного туристского продукта. В сегменте агротуризма в текущее время ни одна из существующих российских туристских фирм, предлагающих данные услуги, не обладает достаточной долей рынка, а конкуренция среди туроператоров в сегменте слабо дифференцирована.*

#### **Список использованных источников:**

1. Агротуризм в Италии: отдых с колоритом деревни. — Режим доступа: <http://www.blogoitaliano.com>
2. Арсеньева Е. И., Кусков А. С., Феоктистова Н. В. Туризм и культурное наследие. Межвузовский сборник научных трудов. — 2005. — Выпуск 2. — С. 186–205.

3. WTO в исследовании «Tourism: 2020 Vision», самые перспективные направления и виды туризма XXI столетия. — Режим доступа: <https://www.modul.ac.at>
4. Клицунова В. «Зеленый туризм» Вместо звездочек — петушки. — Режим доступа: <http://www.tio.by>
5. Никольская О. Для развития агротуризма необходимы инфраструктура и господдержка. — Режим доступа: <http://www.rg.ru>
6. Об основах туристической деятельности в Российской Федерации, федеральный закон от 05.02.2007 N 12-ФЗ, последняя редакция от 03.05.2012N 47-ФЗ // <http://base.consultant.ru>
7. Проблемы и перспективы развития агротуризма. — Режим доступа: <http://agroforum.su>
8. Проект «Содействие муниципальным образованиям в подъеме агро- и экотуризма как перспективного стратегического направления развития малых и средних городов России» // Ассоциация МЭР при финансовой поддержке Фонда ЕВРАЗИЯ (США) и Агентства по международному развитию США. — Режим доступа: <http://do.gendocs.ru>
9. Сельский туризм: спасти рядового агрария — Режим доступа: <http://top.rbc.ru>
10. Столповский Ю. А. Агротуризм. — Режим доступа: <http://www.slideshare.net>
11. Уланов Д. А. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы [Текст] / Д. А. Уланов // Молодой ученый. — 2013. — №6. — С. 455–459.
12. Шахоян К. В. Основные подходы к определению агротуризма: Ученые записки ереванского государственного университета // Геология и география, 2013, № 3, с. 31- 37.
13. Шилова С. Г., Терехова Н. Я., Образцова О. Ю., Буйволова М. И., Васильева Н. А. Зеленый дом: методическое пособие по организации сельского туризма. — Красноярск, 2010. — 104 с.
14. [www://bolgder.com](http://www/bolgder.com) — официальный сайт туроператора «Holiday Village Tours».

## **РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В УДМУРТИИ (НА ПРИМЕРЕ ДЕРЕВНИ БЫГИ ШАРКАНСКОГО РАЙОНА)**

*Серебрякова И. Л.*

В настоящее время одним из перспективных направлений развития туризма в мире является сельский туризм. Само понятие сельский туризм можно охарактеризовать как вид деятельности, связанный с организацией

путешествий, развлекательных и образовательных мероприятий в сельской местности, предполагающий создание комплексного туристического продукта, включающего транспортировку, проживание, питание, организацию досуга и экскурсионное обслуживание, выражающего и сохраняющего самобытность региона и обеспечивающего экономические выгоды принимающей стороне посредством создания рабочих мест [1]. Сельский туризм во многом объединяет разнообразные виды туризма, основанные на использовании исторических, природных и культурных особенностей сельской местности. За последние годы в развитых странах сельский туризм выделился в самостоятельную высокодоходную отрасль. По оценкам ВТО сельский туризм имеет очень хорошие перспективы и входит в число стратегических направлений развития туризма в мире до 2020 года [2].

Удмуртская Республика обладает значительным рекреационным потенциалом, объектами культурного наследия, которые могут стать привлекательными для туристов, а традиционность сельских поселений является залогом успешного развития сельского туризма в регионе [4]. Ярким примером успешного развития сельского туризма в республике является развитие сельского туризма в деревни Быги Шарканского района.

Имея за собой небольшой опыт реализации этнотуристических проектов, но огромное желание привлечь в работу современные технологии — арт и тур индустрии, способы сохранения и развития национальной культуры и языка, муниципальное образование «Быгинское» приняло участие в Международной конкурсной программе «Культурные столицы финно-угорского мира» и, одержав победу, была удостоена статуса первой культурной столицы финно-угорского мира, благодаря которому в завершении программы, д. Быги стала не просто ярким и уникальным примером культурного сердца финно-угорских народов, но и привлекательной, современной туристической площадкой международного уровня по развитию сельского туризма.

По предложению Молодежной ассоциации финно-угорских народов (МАФУН) состоялся первый международный конкурс «Культурные столицы финно-угорского мира», проходивший в рамках XI Конгресса МАФУН в Хельсинки в 2013 году. Программа нацелена на поощрение действий общности и органов местного самоуправления по укреплению идентичности, сплоченности, имиджа финно-угорских народов в местах их традиционного проживания и на международном уровне. Идейным инициатором и вдохновителем этой идеи стал Оливер Лооде (Эстония), член правления МАФУН 2011–2013 гг. Данная программа будет реализовываться в течение четырех лет.

К конкурсу допускались небольшие города, села, деревни (исключая административные центры). За звание культурной столицы финно-угорского мира соревновались восемь сел и деревень: село Казым Белояр-



ского района, село Кышик Ханты-Мансийского района, деревня Русскинская Сургутского района Ханты-Мансийского автономного округа — Югра, деревня Обиница района Сетомаа Эстонии, село Семилей Кочкуровского района Мордовии, удмуртская деревня Старые Быги Шарканского района Удмуртии; карельское село Вешкелица Суоярвского района Карелии и село Ыб Сыктывдинского района Коми. Во второй тур конкурса вышли карельская деревня Вешкелица, удмуртская Старые Быги и сетуское село Обиница. В посольстве Эстонии в Москве финалисты представили свои презентации. По итогам первого года реализации программы статус первой культурной столицы финно-угорского мира на основе конкурсного отбора определено носить деревни Старые Быги Шарканского района Удмуртской Республики. Ее представителям вручили большую деревянную птицу, выполненную в пермском зверином стиле, и приз в размере трех тысяч евро, которые выделила для поддержки проекта Финляндия. В течение 2014 года, объявленного в России годом культуры, д. Быги стала центром и культурным сердцем финно-угорских народов.

Международная программа «Быги — культурная столица финно-угорского мира» реализовывалась с 1 января по 31 декабря 2014 года на территории д. Быги Шарканского района Удмуртской Республики. В течение этого времени было организовано более 20 крупных международных проектов и программ, которые включали в себя образовательные семинары, фестивали, концерты, научные конференции, арт-мастерские, публичные встречи, культурные обмены, способствующие развитию сельского туризма в Удмуртской Республике, формированию привлекательно-го имиджа финно-угорских народов.

Участниками годовой программы стали более 5000 человек: туристы, музыканты, общественные деятели, представители органов государственной власти и бизнеса, журналисты, арт-менеджеры, ученые, этнографы и т. д. География участников: районы и города Удмуртии, субъекты РФ, представители Эстонии, Финляндии, Венгрии, Швеции, Италии и др. В основу программы «Быги — культурная столица финно-угорского мира 2014» вошли не только образовательные, культурно-досуговые, презентационные, событийные, но и информационные и инфраструктурные направления деятельности [5]. Рассмотрим некоторые из них.

Открытие фестиваля «Быги — культурная столица финно-угорского мира 2014» состоялось 28 января 2014 года в деревне Старые Быги Шарканского района. На фестиваль съехались представители финно-угорского мира и творческие коллективы из Удмуртской Республики, Республики Татарстан, Пермского края, Республики Башкортостан, Марий-Эл, Республики Мордовия, представители финно-угорских регионов России, Финляндии, Эстонии, а так же делегация от молодежной ассоциации финно-угорских народов. Приглашенные коллективы привезли обряды и тради-

ции своего народа. Также в рамках фестиваля обсуждались вопросы, связанные с развитием внутреннего и въездного туризма, в частности был организован круглый стол, посвященный развитию сельского туризма.

В рамках фестиваля также была запланирована Международная школа сельского туризма, включающая в себя организацию и проведение трех двухдневных семинаров в течение года в д. Быги Шарканского района с образовательными и творческими мастер-классами и консультациями экспертов и тренеров программы. Школа предполагала практическое обучение комплексной системе организации сельского туризма. В рамках проекта слушатели ознакомятся с информационно-правовыми основами туристической деятельности, опытом развития сельского туризма в странах и регионах РФ традиционного проживания финно-угорских народов, возможностями государственной поддержки малого и среднего бизнеса. Планировалось обучение основам создания туристического потенциала местности с последующим ее включением в туристические маршруты, организации приёма туристов на сельском подворье, психологии общения, принципам повышения качества и разнообразия услуг. Целью Школы являлось способствование развитию сельского туризма на территориях проживания финно-угорских народов. Участниками Школы могли быть все желающие заниматься в сфере сельского туризма (открыть гостевой дом, самостоятельно организовать экскурсии для туристов, деревенские праздники и т. д.).

30–31 мая 2014 года в рамках финно-угорской Школы сельского туризма состоялся первый семинар, в рамках которого слушатели ознакомились с технологиями организации сельского туризма, опытом и тенденциями развития сельского туризма в России. Также на семинаре участники подробно ознакомились с темой бизнес-планирования, маркетинга, брендинга и продвижения в сельском туризме, научились создавать собственные бизнес-кейсы на основе идей по сельскому туризму на местах. Одной из важных частей программы семинара стало проведение лекции-практикума по организации гостевых домов. Помимо этого, в форме активной деловой игры слушатели поделились собственным опытом реализации проектов в области сельского туризма. Также результатами работы первого семинара Школы стали анализ ресурсов и уникальности д. Быги Шарканского района и д. Кузубаево Алнашского района, создание тур-программы для туристов д. Быги. В проектно-аналитическом режиме участники выявили потенциал и ресурсы деревни Быги, способствующие развитию сельского туризма в поселении.

18–19 июля 2014 года на территории деревни Быги Шарканского района прошел первый Международный Фестиваль финно-угорской кухни «Быг-Быг». Участниками Фестиваля стали более 1000 человек с финно-угорских уголков мира: России, Финляндии, Эстонии, Швеции, Венгрии, Латвии, Италии, Франции и др. В программе Фестиваля были организованы творческо-образовательные площадки: «Кулинарное мастерство и ку-

линарные поединки», «Культурный менеджмент», «Традиционная культура», а «Этнобрендинг и продвижение финно-угорских территорий» — стала одним из центральных мероприятий в выработке конкретных предложений по развитию сельских территорий посредством сохранения и развития культуры финно-угорских народов. В ходе обмена этнотуристическими практиками появились совместные творческие проекты. Помимо творческих площадок в рамках Фестиваля состоялись мастер-классы, ярмарки-выставки, концерты и выступления творческих коллективов.

В рамках программы также проходили Finno-Ugro встречи — просветительские мероприятия в целях культурного обмена среди представителей финно-угорских народов в д. Быги. В течение года жители д. Быги познакомились с культурой, традициями финно-угорских народов: эстонцев, финнов, венгров, коми, эрзи, мокши, коми-пермяков, карелов, марийцев, ханты, манси и многих других. В ходе финно-угорских встреч происходило обсуждение развития сельского туризма в финно-угорских регионах, закрепления финно-угорского сотрудничества между представителями тех или иных поселений.

В ходе реализации программы «Быги — культурная столица финно-угорского мира 2014» были разработаны и апробированы туристические маршруты: экотур «Сйзыым ошмесьёс» («По семи родникам»), экотур «В гостях у Бадькузё», этнотур «Войарня» («Как на масленой неделе») и др.

Подводя итог, отметим, что благодаря международной программе «Быги — культурная столица финно-угорского мира», которая реализовывалась в деревни Быги Шарканского района на протяжении всего 2014 года, удмуртская деревня стала современной туристической площадкой по развитию сельского туризма в республике.

#### **Список использованных источников:**

1. Альмухамедова О. А., Виленская М. С. Перспективы развития сельского туризма в России // Современные наукоемкие технологии. — 2013. — № 10 (2). — С. 245–246.
2. Волков К. С. Сельский туризм в РФ: тенденции и перспективы развития // Экономика, предпринимательство и право. — 2012. — № 6(17). — С. 30–38.
3. Кундиус В. А. Агротуризм: проблемы и перспективы развития. Барнаул, 2011. 345 с.
4. Республиканская целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012–2018 годы». Постановление Правительства Удмуртской Республики от 04.06.2012 № 237.
5. [bugy.info](http://bugy.info) — официальный сайт деревни «Быги» — культурной столицы финно-горского мира в 2014 году.

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

*Саранча М. А.*

Выявление перспектив развития туристско-рекреационной сферы территории является одной из наиболее важных и сложных частей любого географического исследования подобной тематики. При этом важным является предупреждение негативных воздействий туризма на территорию и усиление позитивных. В результате исследования региональной туристско-рекреационной системы Удмуртской Республики был выявлен целый ряд ее недостатков и преимуществ, угроз и возможностей развития внутреннего и въездного туризма региона.

Основными проблемами развития туризма в Удмуртской Республике являются:

- в стратегическом планировании развития региона в республике первостепенное значение отдается отраслям военно-промышленного, топливно-энергетического комплексов и другим традиционным отраслям хозяйства, туристский же межотраслевой комплекс отодвигается на второй план;
- имидж закрытого региона, связанного с оборонным комплексом страны, а отсюда и недостаточная известность Удмуртии как интересного и многопланового региона для туристов;
- образ России, в том числе и Удмуртии, как территории, неблагоприятной и «не предрасполагающей» к развитию туризма;
- слабая информированность населения республики и потенциальных туристов за ее пределами о ее туристских аттракциях, даже несмотря на то, что в последние годы увеличилось количество литературы по истории и культуре Удмуртии, рассчитанной как на специалистов, так и на всех, кто интересуется данной тематикой;
- лимитирующим фактором для развития и осуществления туризма на природе является большое количество кровососущих насекомых, некоторые из них являются переносчиками заболеваний (особо следует выделить клещевой энцефалит и боррелиоз). Кроме того, в Удмуртии локализовано природно-очаговое заболевание — геморрагическая лихорадка с почечным синдромом, разносчиками которой являются грызуны и клещи;
- удалённость от регионов, формирующих основные туристские потоки, а население республики и соседних регионов обладает относительно низкой платёжеспособностью;
- проблемы в организации транспортного сообщения с центром страны и соседними регионами, в частности, отсутствие современного аэропорта с развитой системой услуг, международным сообщением;

- умеренно континентальный климат республики с продолжительной холодной и многоснежной зимой, коротким тёплым летом и хорошо выраженными переходными сезонами не благоприятствует развитию многих «теплолюбивых» видов туризма;

- в орографическом плане республика мало благоприятна для организации многих видов туристско-рекреационных занятий: «воздушных полётов» (парапланеризма, дельтапланеризма и т. п.), различных форм сплава по горным рекам, развития сети спортивных горнолыжных трасс, а так же трасс для различных типов туристских походов и терренкуров высокой категории сложности и т. п. А расположенные в соседних регионах Уральские горы являются решающим фактором перераспределения туристских потоков не в пользу Удмуртии;

- слабая предпринимательская активность населения, отсутствие у населения стартового предпринимательского капитала, что тормозит развитие инфраструктуры туризма за счет местных ресурсов и возможностей;

- слабая нормативно-правовая база, что сказывается на эффективности управления и создает проблемы при территориальном планировании, регулировании и организации туристических потоков, подписании различных договоров, экологическом мониторинге и т. д.;

- в территориальном планировании отсутствует практика и ориентированность на резервирование и выделение территорий, на которых находятся аттрактивные и перспективные туристические объекты;

- отсутствие четкого механизма координации действий по развитию туризма между республиканскими структурами власти, органами местного самоуправления, производителями туристских услуг и местными жителями;

- неэффективное использование районными администрациями собственных ресурсов с целью развития въездного и внутреннего туризма, в перспективном планировании развития территории, в привлечении инвестиций, в развитии малого и среднего предпринимательства, в формировании партнерства с частным бизнесом, в привлечении общественности. Кроме того, в структуре районных администраций часто отсутствуют подразделения или специалисты, отвечающие за туристско-рекреационную сферу;

- наличие конкурентов по большинству видов туристско-рекреационной деятельности в лице соседних регионов, обладающих лучшими позициями на рынке и большими ресурсами;

- недостаточное внимание региональных специалистов в сфере туризма к созданию уникальных или комплексных проектов, сочетающих различные виды туризма (например, экологический и образовательный; экскурсионный иконгресс-туризм; спортивно-оздоровительный и сельский и т. д.);

- низкий уровень маркетинга регионального, местного и фирменного туристского продукта;

- недостаточное развитие системы целенаправленной подготовки кадров для приема и обслуживания туристов (гидов-переводчиков, горничных и администраторов, сотрудников визит-центров и т. д.);

- слабо развито гостиничное хозяйство, в частности, сильно изношен материальный фонд;

- завышенные цены на услуги предприятий туристической индустрии, в частности, гостиничного комплекса, и низкое качество многих соответствующих услуг;

- небольшое число высокоаттрактивных природных и культурно-исторических объектов. Природные объекты довольно сильно рассредоточены по региону, что затрудняет их использование. Большинство культурно-исторических объектов находится в плохом состоянии (32 % — в среднем, 11 % — в хорошем) и не готово к экскурсионному показу;

- отсутствие опыта в проектировании, формировании, продвижении и реализации регионального, местного и фирменного туристского продукта в соответствии с передовой международной практикой;

- малые ресурсы у координирующих органов туристской сферы региона;

- ориентированность туристских фирм на работу за пределами республики и их малая инициативность в создании собственного регионального туристского продукта, что обусловлено их стремлением работать только с готовым туристским продуктом и «снимать сливки» и др.

В то же время, республика обладает и преимуществами, сильными сторонами для развития внутреннего и въездного туризма:

- началось формирование управленческо-организационной системы регулирования отрасли, в том числе координационной комиссии по развитию внутреннего и въездного туризма в регионе;

- относительно активно идет формирование, утверждение и реализация программных документов, посвященных развитию внутреннего и въездного туризма в республике, осуществляемое во взаимодействии представителей государственных органов власти, научного сообщества и представителей частного капитала;

- наличие брендовых активов: М. Т. Калашников, П. И. Чайковский, Г. А. Кулакова, Н. А. Дурова, В. Г. Короленко, Е. И. Пугачев, «Бурановские бабушки» а также Ижевск как «Оружейная столица России», «Ижевская винтовка» и др.;

- рост числа организаций и предприятий, заинтересованных в развитии туризма, в том числе в продвижении Удмуртии как туристского региона в городах России и за рубежом;

- созданы «площадки» для коммуникаций между субъектами всех подсистем региональной туристско-рекреационной системы;

- наличие туристских предприятий (например, членов Российского Союза Туриндустрии), обладающих положительной репутацией и опытом работы в условиях коммерческого туризма, способных организовать и предоставить качественный туристский продукт;

- многонациональный и многоконфессиональный состав населения республики, что позволяет создавать туристические программы межэтнического и межконфессионального характера, включающие элементы национального обслуживания в средствах размещения, на предприятиях питания, в организации досуга и т. п.;

- налаженные деловые и культурные контакты финно-угорского мира, которые в перспективе могут быть переведены в туристическое русло;

- включение в ряд нормативно-правовых документов необходимости резервирования земель и объектов, обладающих туристско-рекреационной ценностью, в пользу туристского сектора экономики;

- качественное «расширение» в последние годы сети гостиничных предприятий, прежде всего, в столице республики;

- наличие довольно густой сети автомобильных дорог с твердым покрытием, обеспечивающей внутреннее передвижение туристов в любое время года;

- наличие развитой сети государственных, муниципальных, ведомственных учреждений культуры, способных стать не только объектами туристского интереса, но и координаторами и проводниками в развитии туризма в республике;

- имеются организационные структуры национального парка «Нечкинский» и природного парка «Шаркан», которые более активно можно использовать в развитии туризма;

- очень хорошая изученность региона в туристско-рекреационном аспекте и др.

К основным угрозам развития внутреннего и въездного туризма в республике относятся:

- в стратегическом и тактическом планировании развития региона органами власти туристский межотраслевой комплекс останется на втором плане в пользу традиционных секторов хозяйства: военно-промышленного комплекса, нефтедобычи, машиностроения и сельского хозяйства;

- высокая «чувствительность» туристского сектора экономики к кризисным явлениям и форс-мажорным обстоятельствам;

- не произойдет формирование единого координационного совета республики по управлению туристским сектором, что, по сути, лишит туристский сектор региона «головой» и приведет к квазихаотичному состоянию;

- недостаток знаний и опыта в области теории и практики системного устойчивого функционирования и развития туристско-рекреационной системы как в верхних эшелонах власти, так и «на местах» может лишить

регион «энергии», полученной от полученного импульса к развитию туристского сектора экономики;

- отсутствие нормативно-правовой базы и практики резервирования ценных туристско-рекреационных объектов и земель в пользу туристского сектора экономики может привести к утрате целого ряда туристских аттракций;

- иррациональный и неверный выбор потребителя может привести к «пустой» трате ресурсов развития туристского сектора экономики региона.

Стоит отметить, что на региональных совещаниях большая часть специалистов развитие туристского сектора в регионе связывает только с иностранными туристами, что в корне не верно и не гуманно, забывая о внутреннем спросе, а также закономерностях развития соответствующей отрасли экономики;

- производственно-сбытовая подсистема региональной туристско-рекреационной системы продолжит работу, ориентированную на выездной туризм, как более выгодное направление в получении сиюминутной прибыли;

- завышенные цены поставщиками туристских услуг (например, коллективных средств размещения, санаторно-профилакторных учреждений) приведут к высокой стоимости регионального туристского продукта, а значит и к снижению спроса на него в пользу конкурирующих регионов;

- «слабое» информирование населения региона о туристских аттракциях, инфраструктуре и продукте приведет к дальнейшей ориентации внутреннего спроса на внешний туристский продукт, а если еще и продолжится «слабая» маркетинговая работа с внешним спросом, то произойдет «консервирование» туристского сектора экономики республики;

- как завышение, так и занижение ожиданий положительных эффектов при развитии внутреннего и въездного туризма может привести к нежелательным следствиям различного спектра для территории;

- многие типы туристско-рекреационной деятельности в сложившейся ситуации не приносят ощутимых доходов принимающей территории (например, купально-пляжная, промысловые типы рекреации, турпоходы), так как в них преобладает самодеятельная рекреация, отдыхающие, в большинстве случаев, рассчитывают на свои силы и, следовательно, практически не тратят деньги в туристской дестинации. Как следствие, данные направления развития туризма вызывают малый интерес со стороны субъектов принимающей туристской территории и др.

Среди основных возможностей и перспектив развития внутреннего и въездного туризма республик можно выделить:

- происходит относительно динамичное развитие культурно-познавательного и культурно-развлекательного туризма;

- создание системы информирования туристов и ориентирования их на местности позволит улучшить условия для организации самодеятельного туризма;



- удалось обратить внимание органов власти республиканского и муниципального уровня к туристскому сектору экономики региона;

- сформировался актив развития внутреннего и въездного туризма в виде группы заинтересованных субъектов из всех подсистем туристско-рекреационной системы республики;

- важнейшим направлением развития внутреннего и въездного туризма должна стать интеграция усилий с соседними, заинтересованными и с «выгодными» регионами и отдельными их субъектами в рамках как отдельных туристских проектов (например, связанных с Сибирским трактом, Прикамьем, маркетингом территорий), так и в проведение общей скоординированной и взаимообогащающей деятельности в области развития туризма;

- необходима организация обучающих курсов различной туристской тематики (прежде всего в области системного подхода к устойчивому развитию внутреннего и въездного туризма в регионе) для органов власти, а также и для других субъектов региональной туристско-рекреационной системы, что должно существенно улучшить качество принимаемых ими решений и ускорить развитие туризма в регионе;

- наблюдаются положительные тенденции в области подготовки туристских кадров, заключающиеся в стыковке интересов потенциальных работодателей, высших учебных заведений и органов власти. Происходит развитие системы международного обмена студентами, обучающихся по туристским специальностям;

- благоприятные предпосылки для развития «сельского» туризма. Особо интересным представляется создание национальных (этнографических) деревень и центров с длительным пребыванием в них туристов (ряд таких центров уже функционирует);

- благоприятные условия для развития промысловых типов туристско-рекреационной деятельности (сбор дикорастущих ягод, грибов и т. п., рыболовство, охота). Однако в данном контексте важно информирование населения и туристов о санитарно-гигиенических правилах поведения в природе;

- хорошие условия для развития туризма, связанного с зимними видами спорта и развлечений, так как республика является одним из самых «снежных» регионов России и, наряду с этим, имеются известные в мире и России традиции лыжного и биатлонного спорта;

- в республике имеется целый ряд исчезающих поселений, инфраструктуру которых можно и стоит использовать для развития туристско-рекреационной сферы. В результате формируются такие выгоды, как использование «почти утраченного» жилого фонда, увеличение занятости населения, использование соответствующих территорий для туристско-рекреационной деятельности, пополнение бюджетов, поддержка развития территорий и др.;

- перспективным является развитие милитаристско-познавательного и милитаристско-развлекательного туризма (в том числе создание военно-исторического музея под открытым небом и военно-туристского полигона), которое хорошо увязывается со сложившимся соответствующим брендом республики;

- перспективно, как показывает опыт, развитие массовых туристских слётов и организация коммерческих соревнований разного уровня сложности для любителей приключенческого туризма;

- в республике имеются возможности для увеличения загруженности санаторно-профилакторных учреждений, баз и домов отдыха — рекламные компании, госзаказы для различных социальных групп населения, гибкая ценовая политика, расширение объёмов услуг и открытие доступа к использованию инфраструктуры. Кроме того, республика обладает значительными запасами минеральных вод и лечебных торфяных грязей;

- развитие самодетальной и особенно организованной (ниша очень востребована и практически не заполнена) рекреации у водоёмов;

- решение проблем, связанных с рекреацией на коллективных дачных и садоогородных массивах, может улучшить условия для отдыха населения и придать новый импульс для развития данного направления рекреации: борьба с грабежами домов при массивах, урегулирование правовых вопросов с земельными участками на основе земельного кадастра, действие госорганами в коммунальном обустройстве садовых и дачных массивов и т. п.;

- интересным видится создание открытых искусственных гидротермальных водоёмов, содержащих различные по составу и целебным свойствам воды (особенно привлекательным объектом будет в зимний период);

- в республике слабо развит, но перспективен для развития приключенческий туризм: в различных формах на крупных водоёмах, геокэшинг, робинзонады, зорбинг, дайвинг и т. д.;

- развитие автомобильного и велосипедного туризма на базе формирования сети специальных предприятий и сооружений и др.

Таким образом, проведенный анализ и оценка показали, что республика обладает значительным потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма, который активно осваивается. Однако освоение потенциала Удмуртии необходимо рационально организовать как со стратегических, так и тактических позиций, с учетом недостатков и преимуществ региона.

## **РАЗДЕЛ 4**

### **ТУРИЗМ В ПРИРОДНОЙ СРЕДЕ: ТЕОРИЯ, ИССЛЕДОВАНИЯ, ПРАКТИКА**

#### **ТУРИЗМ В ПРИРОДНОЙ СРЕДЕ: ПОНЯТИЙНО- ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ АППАРАТ**

*Герасимов С. В.  
Коньшев Е. В.*

В настоящее время в нашей стране наука о туризме развивается в условиях наложения понятийного аппарата, сформированного в советский период и терминов заимствованных из-за рубежа. Уточнение понятийно-терминологического аппарата в сфере туризма в целом и в отдельных его направлениях является важной научной задачей. Одним из направлений туризма, в котором основу составляют понятия советской научной школы, и в котором требуется его адаптация к современным условиям являются путешествия реализуемые в природной среде.

Данный вид путешествий имеет в России более чем вековую историю и в течение всего этого времени в разные периоды для его обозначения использовались и используются различные понятия: туризм самостоятельный, плановый, спортивный, спортивно-оздоровительный, походный, природно-ориентированный туризм и туризм в природной среде.

В настоящее время лишь некоторые из приведенных понятий имеют согласованную и устойчивую дефиницию. Наиболее простыми и интуитивно ясными являются понятия природно-ориентированного туризма и туризма в природной среде.

Так понятие «туризм в природной среде» было введено С. В. Герасимовым и Е. В. Коньшевым в начале двухтысячных годов и зафиксировано в ряде научных трудов. По нашему мнению, туризм в природной среде — это путешествия с различными целями, осуществляемые преимущественно в естественной природной среде [8].

Само определение «туризм в природной среде» довольно обширно и предполагает любой вид путешествий, активного отдыха, реализуемых преимущественно вне техногенных ландшафтов. В основе понятия лежит простое разделение на природную и техногенную среду воздействия, при осуществлении туристической деятельности. Разумеется, в настоящее время, в связи с антропогенным влиянием человека на природную среду, нельзя говорить о данном делении в чистом виде. Туризм в природной

среде подразделяется по следующим направлениям развития: спортивный туризм, экологический туризм, приключенческий туризм, трекинг-путешествия, охота и рыбалка [8].

По мнению Расковалова В. П., природно-ориентированный туризм представляет собой совокупность разнообразных видов, форм и способов путешествий и отдыха, осуществляемых преимущественно в природной среде, для которых главным туристским ресурсом является слабоизмененная и неосвоенная человеком природа или ее компоненты и элементы, а целью — пребывание в природной среде, получение новых впечатлений, положительных эмоций от общения с природой, использование естественных препятствий для достижения спортивных результатов, познание природы, изъятие ее объектов и т. д. [10].

За этими понятиями скрывается идентичная смысловая нагрузка обобщающего характера, включающее в себя все виды и формы путешествий и активного отдыха, реализуемые с различными целями вне привычных антропогенных ландшафтов, в условиях самообеспечения. Эти понятия стали применяться в научной и практико-ориентированной средах в последние 20 лет и основным смыслом их применения является разделение путешествий по месту пребывания туриста, с целью определения совокупных требований, как к туристу, так и к условиям его пребывания.

В настоящее время можно считать окончательно сформированным, но в то же время полностью поменявшим свою смысловую нагрузку за последние 40 лет, понятие «самодетельный туризм».

В энциклопедии туризма, вышедшей в 1993 году, дается описание явления, без раскрытия понятия.

**САМОДЕТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ** основан на полной или преобладающей самостоятельности туристов при организации и проведении различных походов, в том числе походов выходного дня, массовых походов, спортивных (категорийных) походов, турслётов, чемпионатов по туризму и туристских соревнований. Основная особенность самодетельного туризма состоит в том, что он не требует больших материальных затрат, так как в значительной мере организационное и материально-техническое обеспечение осуществляется силами и средствами самих туристов, включая изготовление походного снаряжения. При организации самодетельных турпоходов туристы обязаны пройти медицинское освидетельствование и поставить в известность контрольно-спасательную службу о выходе на маршрут и окончании похода [11].

Основная смысловая нагрузка в описании ложится на такой вид деятельности, как походы, реализуемые в природной среде и организуемые туристами самостоятельно.

Но уже спустя 3 года, в 1996 году, при принятии ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности» в 1 статье 1 главы дается следующее опре-

деление самостоятельного туризма: это «путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно» [1]. Практически это понятие включало 2 части: самостоятельную организацию путешествия самими туристами и обязательное использование активных способов передвижения, которые предусматривают физическую нагрузку на туристов при передвижении по маршруту. Прежде всего, таким свойством обладают различные виды путешествий в природной среде с использованием различных способов передвижения: пешеходный, водный, лыжный, горный, конный, вело-, спелео-, парусный туризм.

В редакции закона ФЗ №132 от 2007 года понятие самостоятельного туризма окончательно трансформируется и обретает следующий, актуальный в настоящее время, вид: «туризм, организуемый туристами самостоятельно» [2]. То есть из понятия полностью выносятся активная составляющая и его направленность на природную среду и могут рассматриваться любые путешествия, как внутренние так и выездные любой направленности и независимо от сред пребывания.

Следующее понятие «плановый туризм» уходит своими корнями в советское прошлое. В энциклопедии туризма приводится следующее определение: ПЛАНОВЫЙ ТУРИЗМ — предварительно спланированные серии групповых или индивидуальных путешествий (туров), увязанных между собой по срокам, продолжительности, маршрутам, набору услуг, по числу участников, что позволяет обеспечить равномерную загрузку туристских предприятий, учреждений, транспорта и др. Планирование туров осуществляют туроператоры. В рамках планового туризма туристам предоставляются гарантированные, заранее оплаченные в соответствии с путёвкой, туристские услуги (ночлег, питание, транспорт, экскурсии и т. д.), туристский инвентарь и снаряжение. Плановые маршруты, путешествия, походы организуются с использованием собственных и арендованных средств размещения туристов [11].

Из определения видно, что в советские годы, под плановым туризмом рассматривалась совокупность деятельности, связанная с организацией путешествий как в природной, так и антропогенной средах на коммерческой основе специализированными структурами. В настоящее время это понятие перераспределено между двумя: «туроперейтинг» и «турпродукт» описанных в ФЗ №132 в виде определений:

Туристский продукт — комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Туроператорская деятельность — деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее — туроператор).

Из вышеизложенного следует, что в дальнейшем использование понятия «плановый туризм» не имеет перспектив.

Понятие «спортивный туризм» в историческом аспекте трансформировалось незначительно и в настоящий момент в полной мере отражает существующий порядок вещей. В энциклопедии туризма 1993 года спортивный туризм определен как «походы по маршрутам определенной категории сложности, а также участие в соревнованиях по технике туризма и чемпионатах; разновидность самостоятельного туризма. Основная цель спортивного туризма — повышение туристского мастерства, совершенствование техники и тактики прохождения маршрутов, отработка различных приемов страховки, освоение новых видов туристского снаряжения, а также активная пропаганда туризма и помощь в организации работы туристских секций и клубов туристов (большинство туристов-спортсменов входят в состав бюро туристских секций, правлений клубов, комиссий федераций туризма). Как вид спорта, спортивный туризм с 1949 включён в «Единую всесоюзную спортивную классификацию». Спортивные разряды и звание мастера спорта по туризму присваиваются с учётом количества и сложности совершенных походов, а также опыта самостоятельного маршрута. Порядок формирования туристских групп, права и обязанности их участников и руководителей, оформление документов, разработка и подготовка маршрутов и тому подобного регламентируются «Правилами проведения туристских спортивных походов» [11].

Сегодня наиболее точным является следующее определение спортивного туризма: это вид спорта, в основе которого лежат соревнования на маршрутах, включающих преодоление категорированных препятствий в природной среде (перевалов, вершин, порогов, каньонов, пещер и пр.), и на дистанциях, проложенных в природной среде и на искусственном рельефе. Включен во Всероссийский реестр видов спорта (ВРВС), за № 0840005411Я.

Понятие «спортивно-оздоровительный туризм» наиболее часто используется в настоящее время, как в научной среде, так и в турбизнесе. Выпущены учебники [4] учебные пособия [5,6], читаются учебные курсы, пишутся научные работы, но однозначная дефиниция спортивно-оздоровительного в работах отсутствует.

Чаще всего, в качестве определения можно встретить выдержку из «концепции развития спортивно-оздоровительного туризма в Российской Федерации на период до 2005 года»: «Спортивно-оздоровительный туризм — это самостоятельная и социально-ориентированная сфера, образ жизни значительной прослойки общества; эффективное средство духовного и физического развития личности, воспитания бережного отношения к природе, взаимопонимания и взаимоуважения между народами и нациями; форма народной дипломатии основанной на реальном знакомстве

с жизнью, историей, культурой, обычаями народов; наиболее демократичный вид отдыха, характеризующийся специфической формой народного творчества, свободным выбором формы собственной активности всех социально-демографических групп населения, начиная с детей дошкольного возраста и заканчивая пенсионерами [3].

Там же говорится, что спортивно-оздоровительный туризм является общественным движением и видом спорта: «Спортивно-оздоровительный туризм как общественное движение граждан не преследует получение прибыли и состоит из неорганизованного и организованного спортивного туризма. Как вид спорта он объединен общественными организациями в секции, клубы, федерации и союзы спортивного туризма, реализующие самостоятельно, а также с помощью государства, свои устремления на туристских классифицированных маршрутах» [3].

Обобщая вышеизложенное, можно выделить следующие составляющие спортивно-оздоровительного туризма: общественное движение, вид спорта, образ жизни всех социально-демографических групп общества, социально-ориентированная сфера, сфера развития личности. Учитывая, что вид спорта мы определили через понятие спортивный туризм, а все остальные перечисленные составляющие характеризуют с разных сторон часть общества и общественное движение, можно сделать вывод, что за спортивно-оздоровительным туризмом, как дефиницией, одной из составляющих следует закрепить «общественное движение».

Профессор, доктор педагогических наук, Константинов Ю. С. указывает, что «спортивно-оздоровительный туризм — это такая организационная форма туризма, которая предполагает при проведении туристских мероприятий различной сложности использование специальных тактических и технических приемов, выработанных в течении многих поколений путешественников и обеспечивающих их безопасность». В этой трактовке присутствуют, как составные части: мероприятия, технические и тактические приемы» [7].

Таким образом, учитывая эмпирический опыт и вышеизложенные положения, дефиницию спортивно-оздоровительный туризм можно выразить в следующей редакции: это массовое общественное движение, состоящее из индивидуально-групповых путешествий и спортивно-массовых мероприятий в природной среде, основанных на технологиях спортивного туризма, а так же клубной деятельности.

В данном определении требует пояснения выражение «технологии спортивного туризма» и клубная деятельность.

Под технологиями спортивного туризма мы понимаем процессы разработки маршрута, формирования группы и проверка ее готовности к безопасному прохождению маршрута. Прохождение маршрута с преодолением локальных и протяженных препятствий. Реализация дневного цик-

ла маршрута, включающая ежедневный сбор и постановку группового лагеря, переходы на маршруте, организацию питания и иных форм самообеспечения. Кроме того технологии спортивного туризма обязывают организовывать все процессы с учетом требований безопасного пребывания в природной среде. Эти технологии разрабатывались и реализовывались на протяжении более чем 100 лет существования туризма в России. Последние 60 лет данные технологии использовались для организации, прежде всего, спортивных путешествий.

Обучение всем этим технологиям требует времени и определенных материальных средств. Эмпирически эта проблема в течении более чем 70-летнего периода решалась на базе областных и городских туристских клубов а также клубов учебных заведений и предприятий различных форм собственности. На их базе проводилась вся учебная и методическая работа, осуществлялось планирование и подготовка как путешествий, так и туристско-массовой работы. Поэтому требуется приложить усилия по обобщению и внедрению данного опыта в регионах.

Таким образом, дефиниция спортивно-оздоровительный туризм предложенная нами в полной мере соответствует современным представлениям об организации путешествий в природной среде и их влиянии на развитие российского общества. В настоящее время это не столько вид туризма, сколько мощное общественное движение, способное решать социальные задачи как на уровне регионов, так и страны в целом.

#### **Список использованных источников:**

1. ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности» редакция 1996 года. Редакция 1996 г.
2. ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности» редакция 2007 года. Редакция 2007 г.
3. Нормативные акты по спортивно-оздоровительному туризму в России в 2001–2004 году. Концепция развития спортивно-оздоровительного туризма в Российской Федерации на период до 2005 года. Сборник «Русский турист» №7. — М., 10–12 декабря 2010г.
4. Востоков, И. Е. Федотов, Ю. Н. Спортивно-оздоровительный туризм М. Советский спорт. 2008. 1. Федотов, Ю. Н., Востоков И. Е. Спортивно-оздоровительный туризм: учебник / Ю. Н. Федотов, И. Е. Востоков; под. ред. В. А. Таймазова, Ю.Н Федотова. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Советский спорт, 2008. — 464 с.: ил.
5. Евсева, С. П. Спортивный туризм: Учебное пособие / С. П. Евсева. — СПб., 1999
6. Иванова, Н. В. Спортивно-оздоровительный туризм: Учебное пособие / Н. В. Иванова. — Самара, 2006.



7. Константинов, Ю. С. «Теория и практика спортивно-оздоровительного туризма» [Текст] / Ю. С. Константинов. — М. Советский спорт. 2009.
8. Конышев, Е. В. Социально-географические особенности развития туризма в Кировской области / автореф. дис. канд. географ. наук : 25.00.24. — Пермь, 2005. — 18 с.
9. Кравчук, Т. А. Теория и методика спортивно-оздоровительного туризма: учебник [Текст] / Т. А. Кравчук. — Омск. 2009.
10. Расковалов, В. П. Оценка и географический анализ ресурсного потенциала природно-ориентированного туризма (на примере Пермского края) / автореф. дис. канд. географ. наук: 25.00.24. — Пермь, 2012. — 23 с.
11. Тамм, Е.И Энциклопедия туризма: научное издание / Е. И. Тамм. — М.: «Большая Российская энциклопедия», 1993 год.

## **МОНИТОРИНГ ИНФРАСТРУКТУРЫ И КОЛИЧЕСТВА ЭКОТУРИСТОВ В НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКАХ И ЗАПОВЕДНИКАХ РОССИИ**

*Дорофеев А. А.*

Заповедники и национальные парки традиционно считаются одной из основных форм сохранения биоразнообразия. Причем, их создание направлено на охрану не только отдельных видов животных и растений, но и ландшафтов в целом. Особо охраняемые природные территории (ООПТ) служат также для оценки и мониторинга состояния биоразнообразия. Наиболее полный и постоянный контроль за изменением компонентов биоразнообразия осуществляется в заповедниках.

Помимо вышеназванных предназначений, особо охраняемые природные территории используются для развития экологического туризма. Для выявления тенденций в развитии экологического туризма и управления этими процессами в ООПТ нужна система мониторинга экологотуристских территорий. Его основу должны составить объективные данные о состоянии ООПТ, созданной в их границах инфраструктуре, туристских потоках, реальных и допустимых нагрузках на природную среду. Подобная система мониторинга должна реализовываться на общегосударственном и региональном уровнях [1, 2],

Опираясь на приведенные в прессе и в Интернете высказывания Ю. П. Трутнева, возглавлявшего до мая 2012 г. Министерство природных ресурсов и экологии РФ, можно предположить, что в России экологический туризм планируется развивать преимущественно в рамках «северо-американской» модели [8]. «Северо-американская» узкая, конкретная,

прагматическая модель экотуризма родилась в США и в наибольшей степени распространилась в англоязычных странах, особенно в Австралии. Здесь под экологическим туризмом понимается вид путешествий, совершаемых небольшими группами под руководством опытных проводников, по маршрутам, проложенным по особо охраняемым природным территориям (ООПТ), в ходе которых туристы знакомятся с уникальными объектами, явлениями и обитателями природы с целью экологического воспитания и природоохранного образования. Подобные путешествия, проводятся в национальных и природных парках, реже в специальных природоохранных резерватах, начиная с 1872 г., когда был создан первый в мире Йеллоустонский национальный парк.

В основе модели заложено, что именно в пределах особо охраняемых территорий во многих зарубежных странах находятся наиболее интересные природные объекты, сама природа остается практически ненарушенной, а окружающая среда — экологически чистой. Национальных парков, или похожих по режиму особо охраняемых территорий, как правило, очень много. На фоне других стран количеством ООПТ явно выделяются англоязычные государства: США, Канада, Австралия — в которых экологический туризм преимущественно связан с посещением охраняемых территорий.

По своему устройству и законодательному режиму национальные государственные парки предназначены для приема туристов. В них создается специальная инфраструктура для приема и обслуживания туристов. Функционируют музеи и визит-центры, проложены многочисленные экологические тропы и специальные туристские маршруты. В штате сотрудников имеются обученные проводники (гиды), способные провести туристов по маршруту, показать и увлекательно рассказать об объектах живой и неживой природы. Данная модель экологического туризма удобна для туроператоров, так как четко очерчивает комплекс услуг, включаемых в создаваемый «экотуристский продукт», облегчает разработку туров и программ пребывания. Она конкретизирует круг возможных клиентов и оптимизирует работу по обслуживанию маршрутов.

В этой связи представляется полезным провести мониторинг эколого-туристского потенциала и современного состояния туризма на особо охраняемых природных территориях Российской Федерации.

В настоящее время в Российской Федерации создано 12742 ООПТ различных уровней и категорий, общей площадью 202,2 млн. гектаров. Российские ООПТ могут иметь федеральный (280 объектов), региональный (11374 объекта) или местный статус (1088) и несколько вариантов режима охраны и природопользования: заповедники, национальные парки, природные парки, заказники и памятники природы [5]. Заповедники и национальные парки являются исключительно федеральными ООПТ, а природные парки находятся в ведении субъектов федерации, то есть представ-

ляют собой региональные ООПТ. Остальные категории ООПТ (заказники и памятники природы) могут иметь как федеральный, так и региональный или местный статус. Конечно, для экологического туризма, развивающегося в пространстве, наибольший интерес представляют крупные ООПТ государственного уровня — национальные парки и, в меньшей степени, заповедники. В тоже время многие небольшие (локальные) ООПТ местного и регионального уровней могут находиться непосредственно на охраняемой территории национального парка, повышая тем самым его туристскую привлекательность.

В число ООПТ федерального уровня в том числе входят: 103 заповедника, суммарная площадь которых приближается к 340 тыс. км<sup>2</sup>, 47 национальных парков, суммарной площадью более 90 тыс. км<sup>2</sup>, 65 государственных заказников общей площадью более 127 тыс. км<sup>2</sup>, и 39 федеральных памятников природы общей площадью 280 км<sup>2</sup>.

В декабре 2011 г. правительство РФ утвердило концепцию развития особо охраняемых природных территорий федерального значения на период до 2020 г. В ее рамках за восемь лет должно быть создано 11 новых заповедников, 20 национальных парков и 3 заказника федерального значения. Активное развитие федеральной сети ООПТ, в том числе в рамках национальных парков, также подтверждает ранее сделанный вывод об ориентации экологического туризма на северо-американскую модель. Таким образом, потенциал экологического туризма в нашей стране будет неуклонно возрастать.

Отправившись в экологическое путешествие по территории заповедника или национального парка, туристы имеют возможность познакомиться с экспозицией музеев, имеющих, чаще всего, природоведческую или этнографическую направленность. Ценную информацию о природных особенностях и обитателях ООПТ туристы могут получить от квалифицированных специалистов во время беседы или лекции в визит-центрах. Наконец, апофеозом экологического тура может стать прохождение специализированного маршрута по территории парка или короткая экскурсия по экологической тропе. Сведения о динамике развития и о современных возможностях федеральных ООПТ в отношении перечисленных рекреационных занятий приведены в табл. 1.

Как видно, в 2013 г. в государственных заповедниках функционировало 66 музеев и 122 визит-центра, для посетителей было разработано 412 экскурсионных и туристских маршрутов. Национальные парки уступали заповедникам по количеству музеев (54 ед.), но превосходили их по числу визит-центров, которых насчитывалось 127. Национальные парки предлагали туристам 918 экологических маршрутов и троп. Динамика почти всех показателей положительная. За 13 последних лет в заповедниках количество визит-центров увеличилось более чем в 3,0 раза, а музеев

в 1,5 раза. В национальных парках за аналогичный период число музеев увеличилось в 2,7 раза, а число визит-центров в 4,7 раза. Число маршрутов и троп в государственных заповедниках все годы колебалось примерно на одном уровне. Наоборот, количество предлагаемых посетителям маршрутов по туристским и экскурсионным тропам в национальных парках быстро увеличивалось, и выросло по сравнению с 2001 г. в 3,3 раза.

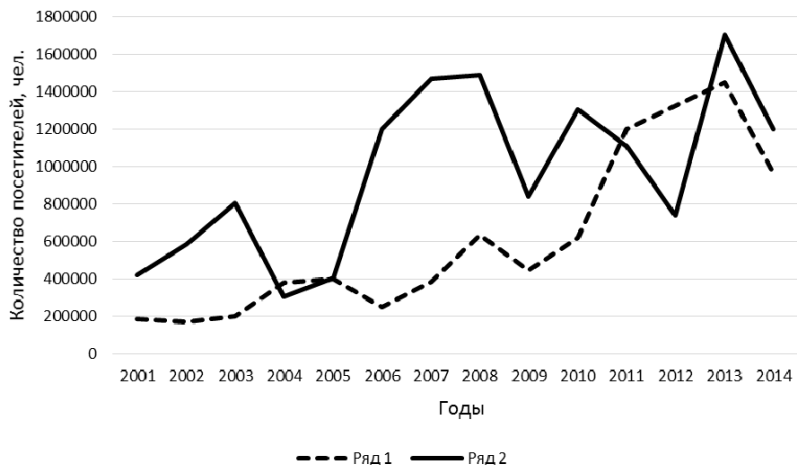
В 2014 г. почти все показатели снова немного выросли. Так, значительно больше стало визит-центров и экологических маршрутов в заповедниках. В национальных парках также увеличилось число визит центров до 140 единиц, но сильно сократилось число предлагаемых маршрутов и троп.

Таблица 1. Эколого-просветительская и туристская деятельность на территории заповедников и национальных парков России [5]

Показатели	2001	2004	2007	2010	2013	2014
<b>Государственные природные заповедники</b>						
Число музеев, ед.	45	58	61	66	66	66
Число визит-центров, ед.	40	72	84	108	122	156
Число экологических троп и маршрутов всего, ед.	271	479	501	409	412	428
Общее кол-во посетителей, чел.	184219	377839	384724	617172	1451050	965497
<b>Национальные парки</b>						
Число музеев, ед.	20	28	34	48	54	53
Число визит-центров, ед.	27	45	64	95	127	140
Число экологических троп и маршрутов, всего, ед.	279	384	435	736	918	755
Общее кол-во посетителей, чел.	419731	301970	1472056	1302730	1706627	1201087

Официальные данные о посещаемости заповедников и национальных парков демонстрируют её умеренный рост (табл.1). Если в 2001 г. во все федеральные ООПТ прибыло чуть более 600 тыс. человек, то в 2013 г. (пока самом удачном году) заповедники и национальные парки посетили около 3 млн. 160 тыс. туристов и экскурсантов. То есть, за 13 лет суммарная посещаемость заповедников и национальных парков увеличилась более чем в пять раз. Прослеживается следующая закономерность: число посетителей национальных парков значительно превышает количество посетителей заповедников, несмотря на то, что заповедников в России гораздо больше. Это связано, прежде всего, с разной ролью заповедников и нацио-

нальных парков в развитии туризма и ограничениями в режиме посещаемости заповедников. Несмотря на это, в период 2004–2005 гг. количество посетителей в заповедниках и национальных парках практически сравнялось. Начиная с 2006 г., наблюдался заметный рост числа посетителей национальных парков. В связи с экономическим кризисом, начавшимся в 2008 г., число посетителей в 2009 г. резко сократилось как в заповедниках, так и в национальных парках. Тем не менее, уже в 2010 г. количество посетителей практически достигло докризисного уровня и снова начало расти. Однако, согласно официальной статистике, и в заповедниках, и в национальных парках в 2014 г. произошло некоторое снижение числа посетителей. Так государственные природные заповедники посетили около миллиона человек (965497 чел.), что на треть меньше, чем в предыдущем 2013 году. В национальных парках посещаемость снизилась лишь на четверть, составив 1201087 человек. Таким образом, суммарная посещаемость Федеральных ООПТ (без учета заказников и памятников природы) составила в 2014 г. немногим более двух миллионов человек — 2166584 чел. (рис. 1).



Ряд 1 — Количество посетителей государственных природных заповедников  
 Ряд 2 — Количество туристов в национальных парках РФ

Рис. 1. Динамика посещений государственных природных заповедников и национальных парков Российской Федерации

Общий внутренний годовой поток туристов в Российской Федерации, наблюдавшийся в последние годы, оценивается примерно в 32–35 млн. человек. В этом случае, экологические туристы составляют всего

около 6 % внутреннего туристского потока. В тоже время в научной литературе, в сети Интернет и в средствах печатных СМИ существуют и другие мнения по поводу количества экологических туристов в нашей стране. Так, например, петербургский исследователь Е. М. Коростылев в одной из публикаций пишет: «В 2008 г. количество посетителей всех национальных парков России составило 5 млн. 730 тыс. чел (в том числе 9,7 тыс. иностранных граждан)» [2], что больше официальных данных Росстата почти в десять раз. В отчете Федеральной службой по надзору в сфере природопользования (Росприроднадзор) за 2005 г., размещенном в Интернет, указывается, что в 2005 г. общее число посетителей национальных парков составило 1 924 тыс. чел. (1 943 тыс. в 2004 г.), в т. ч. 18 тыс. (22,7 тыс. в 2004 г.) иностранных граждан [6]. В августе 2011 г. в беседе с В. В. Путиным министр природных ресурсов и экологии Ю. П. Трутнев сообщил, что количество посетителей национальных парков и государственных заповедников в России уже достигло 6,5 млн. человек, а к 2013 г. их количество превысит 12 млн. человек [7]. В марте 2015 г. во время презентации проекта «Заповедное ожерелье Байкала» в Улан-Удэ заместитель министра природных ресурсов и экологии РФ Р. Гизатулин сообщил, в 2014 году 8,5 млн россиян посетили расположенные в стране особо охраняемые природные территории — национальные парки, заповедники и заказники [4]. Если данные утверждения близки к истине, то следует констатировать исключительно бурный рост экологического туризма в РФ.

Одной из главных причин подобного разночтения в количестве посетителей федеральных ООПТ остается проблема точного учета прибывающих туристов. Как правило, руководство парков и заповедников посетителями считает только тех туристов, которые воспользовались какими-либо платными услугами, либо прибыли на экскурсию в составе организованной группы. Вместе с тем, во многих ООПТ число реальных посетителей и простых отдыхающих, проникших на «охраняемую» территорию минуя контролируемые въезды, и не пользующихся платными услугами, в несколько раз больше.

В тоже время, любые, даже самые завышенные показатели экологического туризма в России, не могут сравниться с теми успехами, которые есть на этом поприще во многих других странах, развивающих экотуризм по «северо-американской модели». Для сравнения приведем информацию о посещаемости некоторых охраняемых территорий государственного ранга в США (табл. 2). Общее количество людей, посещающих различные виды национальных охраняемых территорий в США, превосходит 280 млн. чел. в год [6].

Очень важным фактором для развития экологического туризма на особо охраняемых природных территориях являются финансовые ресурсы. С другой стороны, успехи в развитии туризма в ООПТ отчасти могут быть

проиллюстрированы доходами, получаемыми от эколого-туристской деятельности. В таблице 3 приведены официальные данные о финансовом обеспечении деятельности федеральных ООПТ, получаемого из различных источников. Как видно подавляющую часть средств заповедники и национальные парки получают из государственного бюджета. В общей сложности в 2010 г. они составляли около 3 млрд. рублей, в том числе 1 млрд. 750 млн. рублей на финансирование заповедников и 1 млрд. 161 млн. рублей для национальных парков.

Таблица 2. Самые популярные ООПТ США в 2010 г.

ООПТ	Количество посетителей, чел.	% от общего кол-ва экотуристов в США
Парковая автострада Блю-Ридж	14517118	5,16
Национальная зона отдыха Голден Гейт	14271503	5,07
Национальный парк Грейт СмокиМаунтинс	9463538	3,36

Таблица 3. Затраты на содержание государственных природных заповедников и национальных парков РФ по источникам финансирования (млн. рублей)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Государственные природные заповедники</b>						
<b>Все затраты</b>	<b>691,4</b>	<b>878,0</b>	<b>1156,4</b>	<b>1334,3</b>	<b>1604,5</b>	<b>1750,1</b>
в том числе по источникам финансирования:						
федеральный бюджет	612,7	776,1	1046,4	1193,7	1460,3	1586,9
бюджеты субъектов РФ	17,7	14,5	15,0	12,7	3,3	1,0
местные бюджеты	2,6	2,0	0,7	0,5	0,0	0,8
Прочие источники	58,3	85,4	94,2	127,4	140,9	161,4
<b>Национальные парки</b>						
<b>Все затраты</b>	<b>619,7</b>	<b>802,7</b>	<b>928,0</b>	<b>919,5</b>	<b>1177,0</b>	<b>1160,9</b>
в том числе по источникам финансирования:						
федеральный бюджет	310,0	419,9	509,4	575,4	828,6	804,7
бюджеты субъектов РФ	11,5	12,8	6,6	2,2	2,6	6,6
местные бюджеты	51,8	51,2	60,0	0,2	0,0	0,1
Прочие источники	246,4	318,9	352,0	341,7	345,8	349,5

Бюджеты субъектов федерации и бюджеты муниципальных образований принимают очень малое участие в финансировании федеральных ООПТ, находящихся на их территориях. При этом, как видно из таблицы, в период после финансового кризиса 2008–2009 гг. финансирование из региональных и местных бюджетов практически прекратилось.

Весьма большую долю, особенно в национальных парках, составляют «прочие источники». В 2010 г. «прочие источники» финансирования

в заповедниках превышали 160 млн. рублей, а в национальных парках они превысили 800 млн. рублей. В основном это — средства, получаемые от собственной деятельности парка или заповедника, в том числе и от туристско-экскурсионной и рекреационной деятельности. Структура доходов ООПТ в туристской сфере разнообразна. Это плата за различные виды туристских услуг, в том числе услуги проводников и экскурсоводов, размещение, транспортные услуги, вход на территорию, разрешение на фото- и видеосъемку, посещение музеев, организацию экологических и молодежных лагерей. Доходы могут поступать от продажи сувениров и издательской продукции. Кроме того, финансирование может частично осуществляться за счет иностранных грантов и спонсорской помощи со стороны российских компаний и богатых граждан.

Информации о доходах, получаемых федеральными ООПТ от их туристской деятельности, в публикациях и даже в сети Интернет мало и она противоречива. Из отчетов вытекает, что в начале 2000-х годов совокупный доход от экологического туризма во всех государственных ООПТ составлял всего несколько десятков миллионов рублей. Причем, от каждого туриста удавалось получить по 47–60 рублей. Например, еще в 2005 г. национальные парки получили совокупный доход от экологического туризма в размере 48 млн. 865 тысяч рублей, что составило лишь около 15 % от общего количества необходимых паркам средств. Средний доход от одного туриста в национальном парке в 2005 г. достиг 57 рублей, в то время как в 2003–2004 годах он составлял 47 рублей. Уже в 2008 году объем собственных средств, полученных только национальными парками в рамках осуществления туристско-рекреационной деятельности, достиг 232 млн. рублей. Из доклада бывшего министра природных ресурсов и экологии следует, что в настоящий момент доходы ООПТ составляют в среднем 40 % от объемов финансирования из федерального бюджета [5]. Можно подсчитать, что совокупный доход от экологического туризма в нашей стране в 2011 г. приблизился к одному миллиарду рублей. Однако в отношении доходов имеются серьезные разночтения. Так заместитель директора департамента государственной политики и регулирования в сфере охраны окружающей среды и экологической безопасности Министерства природных ресурсов и экологии РФ В. Степаницкий, в начале 2015 г. сообщил, что «доходы национальных парков России от экологического туризма в 2014 году выросли на 61 %, до 232 миллионов рублей» [3]. Кто ошибается — руководитель или журналистка, распространившая информацию?

Таким образом, приведенные нами данные свидетельствуют о том, что федеральные ООПТ (заповедники и национальные парки) одновременно как особо охраняемые природные территории, специализированные природоохранные учреждения и полигоны для активизации экологического туризма подтвердили свою жизнеспособность и эффективность. В по-



следние годы они получили новый импульс для развития и в дальнейшем должны остаться базисными объектами в системе сохранения биоразнообразия, но в условиях ограниченного и щадящего функционирования эколого-туристских кластеров.

#### **Список использованных источников:**

1. Буйволов Ю. А., Басанец Л. П. Экологический туризм в национальных парках и заповедниках России: тенденции развития и проблемы управления // Общие вопросы экологического планирования и управления — № 5, 2007.
2. Коростелёв Е. М. Экологический туризм на Северо-западе России — проблемы и перспективы развития // Страноведение и регионоведение в решении проблем устойчивого развития в современном мире: Материалы научной конференции, посвященной 10-летию создания кафедры страноведения и международного туризма СПбГУ/СПб: ВВМ, 2010. С. 368–376.
3. Лимарова Н. О. Доходы нацпарков России от экотуризма выросли в 2014 году на 61 %. Сайт доступа <http://www.fishkamchatka.ru/published>
4. Национальные парки и заповедники в 2014 году посетили 8,5 млн человек Сайт доступа <http://www.sdelanounas.ru/blogs/59757/>.
5. Охрана окружающей среды в России. Статистика. Сайт доступа <http://www.gks.ru/>.
6. Сайт службы национальных парков США. <http://www.nature.nps.gov>
7. Цены на экотуризм в заповедных зонах России будут минимальными. Сайт доступа <http://www.garant.ru/news/345475/>.
8. Экотуризм должен быть доступен для россиян. Сайт доступа <http://www.gosnadzor.info/html>.

### **ЭКОЛОГО-ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КЛИМАТИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА**

*Пахомова О. М.*

Рекреация и туризм на сегодняшний день стали неотъемлемой частью жизни современного человека, а для многих превратились в стиль жизни. Ландшафтная основа территории является важным стратегическим ресурсом для проектирования и организации различных видов туристско-рекреационной деятельности. От привлекательности ландшафта в целом и от отдельных его компонентов, таких как рельеф, растительность, внут-

ренные воды, а также от климатических характеристик, зависит степень посещаемости туристами.

Туризм, в настоящее время является отраслью, стимулирующей экономическое развитие стран и регионов. Всё большим спросом пользуется туризм в природной среде. Правильная и рациональная рекреационная деятельность должна оптимизировать антропогенную нагрузку. Поэтому важно оценить каждый компонент ландшафта, прежде чем использовать его как туристский ресурс.

Об актуальности исследования свидетельствует большое число современных публикаций в научных журналах. Среди исследователей по вопросам оценки ландшафтных возможностей территорий с целью развития туризма в разных регионах России, можно назвать: к. г. н. В. П. Чижову (кафедра физической географии и ландшафтоведения МГУ), география объектов её исследований широка — от Москвы до Камчатки; д. г. н. А. Н. Бармина (Астраханская область); к. б. н. О. В. Серову (Республика Башкортостан); к. г. н. С. С. Семикину (Алтайский край) и многих других.

Основным фактором, определяющим уровень комфортности среды для развития туризма в регионе, является климат. Воздействие климатических условий на организм человека называется биоклиматом. В соответствии с этим биоклиматические параметры отличаются от обычных метеорологических характеристик, так как представляют собой комплексное воздействие на организм человека.

Следовательно, при характеристике различных местностей очень важна единая система биоклиматических параметров, дающая возможность сравнивать биоклиматические условия разных регионов. Для единой системы оценки биоклиматического потенциала территории так же, как и для оценки ландшафтно-рекреационных условий, применяется системный метод оценки, разработанный в комплексной географии.

В последние годы применяется оценка биоклимата, разработанная в Центральном институте курортологии. Согласно этой методике все биоклиматические параметры оцениваются по степени комфортности их воздействия на организм человека.

В результате анализа публикаций, посвященных разработке и описанию многочисленных биоклиматических индексов, показателей и критериев оценки уровня комфорта, были отобраны следующие биоклиматические показатели:

1. Эквивалентно-эффективная температура (ЭТ) — учитывает комплексное влияние на человека температуры, влажности воздуха и скорости ветра.
2. Эффективная температура неподвижного воздуха (ЕТ) насыщенного водяным паром.
3. Нормальная эквивалентно-эффективная температура (НЭЭТ) — показатель тепловой чувствительности с учетом влияния ветра для одетого человека.

4. Индекс суровости по Бодману (S). Для биоклиматической оценки холодного периода существуют методы оценки суровости погоды. Тепловое состояние человека в холодный период года определяется низкой температурой воздуха и скоростью ветра, которые влияют и на охлаждение незащищенных частей тела, и на органы дыхания.

Сводная оценка биоклиматических показателей комфортности территории Приволжского Федерального округа для холодного периода [1]

Для холодного периода					
Характеристика теплового воздействия	Балл условной биоклиматической оценки	Значения биоклиматических показателей			
		ЭТ, °С	ЕТ, °С	НЭЭТ, °С	S, балл
Остро дискомфортный (раздражающее тепловое воздействие температур)	1	(-18)–(-24)	< -18	менее 5	более 4
Дискомфортный (жесткое тепловое воздействие температур)	2	(-12)–(-24)	(-12)–(-18)	5–10	3–4
Субкомфортный (умеренное тепловое воздействие температур)	3	0–(-12)	(-6)–(-12)	10–16,6	2–3
Комфортный (комфортное тепловое воздействие температур)	4	0–6	0–(-6)	16,7–20,6	1–2

Наиболее часто используется эквивалентно-эффективная температура (ЭТ), учитывающая комплексное влияние на человека температуры, влажности воздуха и скорости ветра.

Данные карты показывают, что на территории ПФО за холодный период ЭТ находится в пределах от  $-29,2$  до  $-18,0^{\circ}\text{C}$ , что характеризует зимние условия на исследуемой территории как «очень холодно» и «угроза обморожения» (рис. 1). На большей части ПФО с ноября по март наблюдаются теплоощущения «очень холодно».

Значения эквивалентно-эффективной температуры (ЭТ) в теплый период (май — сентябрь) изменяются по территории от  $4,0$  до  $13,0^{\circ}\text{C}$ , что характеризует биоклиматические условия как «умеренно прохладно», «прохладно» и «комфортно (умеренно тепло)».

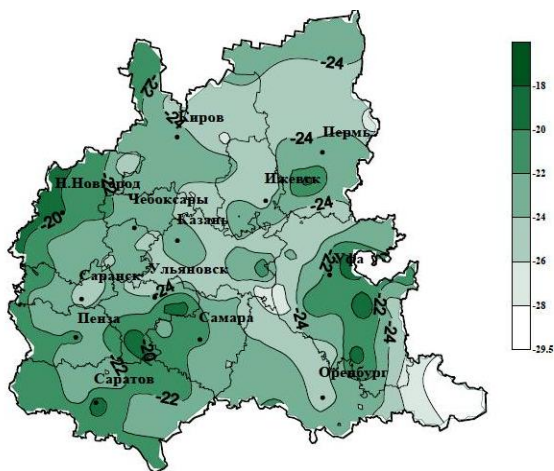


Рис. 1. Эквивалентно-эффективная температура (°C) в холодный период (<-24°C — «угроза обморожения», от -18,1 до -24°C — «очень холодно», от -18,0 до -12,1°C — «холодно») [1]

Сводная оценка биоклиматических показателей комфортности территории Приволжского Федерального округа для теплого периода

Для летнего, осеннего и весеннего периода				
Характеристика теплового воздействия	Балл условной биоклиматической оценки	Значения биоклиматических показателей		
		ЭТ, °C	ЕТ, °C	НЭЭТ, °C
Остро дискомфортный (раздражающее тепловое воздействие температур)	1	6–0	0–(-6)	менее 0
Дискомфортный (жесткое тепловое воздействие температур)	2	6–12	0–6	0–5
Субкомфортный (умеренное тепловое воздействие температур)	3	12–18	6–12	5–17
Комфортный (комфортное тепловое воздействие температур)	4	18–24	12–24	17,3–21,7

Из рисунка 2 видно, что расположение изолиний эквивалентно-эффективной температуры имеет практически зональный характер. Северная и восточная части Кировской области, северные районы Пермского

края, а также восток Республики Башкирии, север Нижегородской области находятся в зоне «умеренно прохладно». На остальной, т. е. на большей части исследуемой территории, теплоощущения в теплый период характеризуются как «прохладно».

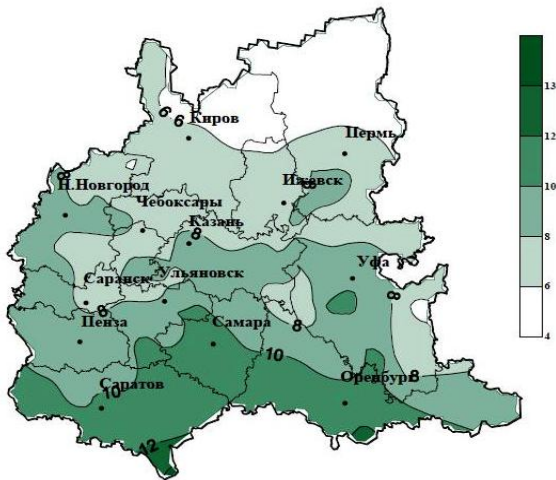


Рис. 2 Эквивалентно-эффективная температура (°C) в теплый период (от 0,1° до 6°С «умеренно прохладно»; от 6,1° до 12°С «прохладно»; от 12,1° до 18°С «комфорт, умеренно-тепло») [1]

Такая оценка предназначена для биоклиматического обоснования выбора зон отдыха, туризма и проектирования оздоровительных учреждений. По данным этих таблиц строятся карты.

Таким образом, территория Кировской области в весенний период оказывается в пределах трёх категорий климатической комфортности:

Остро дискомфортные условия (7 % территории ПФО) — в северной части Кировской области.

Дискомфортные условия (22 % территории ПФО) — в центральных частях Кировской области.

Субкомфортные условия (58 % территории ПФО) — в южной половине Кировской области.

В летний период:

Остро дискомфортные условия (9 % территории ПФО) — в северной части Кировской области.

Дискомфортные условия (20 % территории ПФО) — в центральных частях Кировской области.

Субкомфортные условия (60 % территории) — в южной половине Кировской области

В осенний период:

Остро дискомфортные условия (12 % территории ПФО) — в северной части Кировской области.

Дискомфортные условия (32 % территории ПФО) — в центральных частях Кировской области.

Субкомфортные условия (49 % территории) — в южной половине К. обл.

В зимний период:

Остро дискомфортные условия (1 % территории ПФО) — в северной части Кировской области.

Дискомфортные условия (5 % территории ПФО) — в центральных частях Кировской области.

Субкомфортные условия (62 % территории) — в южной половине Кировской обл.

Таким образом, географический анализ пространственного распределения индексов по сезонам позволяют сделать выводы о том, что в течение года на территории области преобладают дискомфортные и субкомфортные погодные условия. В целом, можно сказать, что все сезоны пригодны для туризма и отдыха и дискомфортная погода незначительно ограничивает туристско-рекреационные возможности региона.

#### **Список использованных источников:**

1. Исаева М. В., Переведенцев Ю. П. Особенности биоклиматических условий Приволжского федерального округа. [Текст] / М. В. Исаева // Географический вестник, Пермь, 2010, №2 (13) — С. 29–38.

### **ПРИРОДНО-ОЧАГОВЫЕ БОЛЕЗНИ НА ТЕРРИТОРИИ УДМУРТИИ КАК РЕКРЕАЦИОННЫЙ АНТИРЕСУРС**

*Малькова И. Л.*

В настоящее время особое значение приобретает оценка рекреационного потенциала ландшафтов. Природный комплекс может выступать как в качестве ресурсов, так и в качестве антиресурсов туристско-рекреационного природопользования. Наличие природных очагов инфекционных и паразитарных болезней существенно снижает рекреационный потенциал территории. Наряду с природными катастрофами они выступают в качестве основных антиресурсов, т. е. сил природы и факторов, мешающих хозяйственному, в том числе рекреационному, освоению окружающей среды.

Обеспечение безопасности рекреантов является одним из обязательных условий развития рекреационного природопользования. ГОСТ Р 50644–2009 «Туристические услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов» выделяет целый ряд природных источников опасности, в том числе и эпидемиологические. При этом рекреантам (туристам, экскурсантам) должна быть в полном объеме предоставлена информация о возможных рисках.

Природные условия Удмуртии способствуют формированию природных очагов целого ряда болезней. Территория республики относится к Предуральской провинции с выраженными природными очагами клещевых зооантропонозов и геморрагической лихорадки с почечным синдромом (ГЛПС).

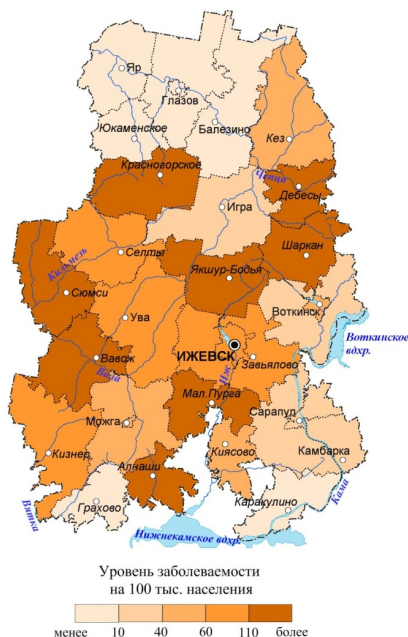


Рис. 1. Заболеваемость ГЛПС населения Удмуртской Республики, 2011–13гг.

Природные очаги ГЛПС разной активности выявлены практически во всех районах республики. Наиболее высокий уровень заболеваемости населения регистрируется в центральной и юго-западной части республики — это территория Прикамской подтаежной провинции (рис. 1). Осно-

вой кормовой базы рыжей полевки являются семена липы, которая в дровостое данной территории занимает до 15 %. Доля рыжей полевки среди мелких млекопитающих в центральных районах в 2–3 раза выше, чем на остальной части республики (рис.2). Данная территория является наиболее активной в эпидемиологическом отношении, здесь происходят до 84 % заражений. Показатель заболеваемости населения ГЛПС в этих районах за последние три года в 1,5–4 раза превышает среднереспубликанский уровень (61,3 на 100 тыс. населения).

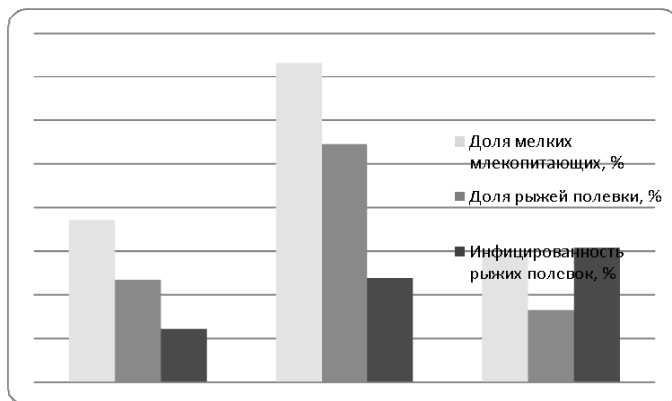


Рис.2. Активность природных очагов ГЛПС в Удмуртии, по данным мониторинга 2009–2011гг. [2]

Сравнительный анализ территориального распределения повышенного уровня заболеваемости населения за последние 20 лет позволяет говорить о расширении очага ГЛПС в северо-восточном направлении. На территории ранее малоактивных районов — Кезском, Дебесском, Шарканском, уровень заболеваемости вырос более чем в 2 раза. Аналогичная ситуация с территориальной трансформацией природного очага характерна и для клещевого энцефалита [4]. Это позволяет в качестве первопричины выдвинуть предположение о влиянии потепления климата.

Изменения гидротермического режима и антропогенная трансформация ландшафтов могли стать непосредственной причиной активизации природных очагов ГЛПС. Трансформация среды обитания рыжей полевки происходит, прежде всего, вследствие существенных изменений породного состава лесов Удмуртии [1]. Динамика состава лесообразующих пород в республике характеризуется значительным уменьшением доли ели в структуре леса и увеличением мелколиственных пород. Причем в последние годы появилась тенденция к возрастанию площадей, занятых подросом липы.



Осложнение эпидемиологической обстановки в последние годы также связано с увеличением в 2 раза численности рыжей полёвки и высоким уровнем её зараженности вирусом ГЛПС — в среднем 10,3 % (2011г.). По разным ландшафтным зонам инфицированность грызунов вирусом ГЛПС составляет от 8 до 18 % [2].

В последнее десятилетие уровень заболеваемости населения ГЛПС в Удмуртии остается одним из самых высоких в Российской Федерации. В 2013 году уровень заболеваемости ГЛПС (64,2 на 100 тыс. нас.) в республике превышал аналогичный показатель по РФ (3,0 на 100 тыс. нас.) в 21 раз, а средний показатель по Приволжскому федеральному округу — в 4,3 раза [5]. Периоды подъёма заболеваемости чередуются спадами, цикличность составляет 3–4 года.

Анализ причин и условий заражений ГЛПС показывает, что среди сельских жителей превалирует случайно-лесной тип заражения. При этом доля этого типа в общей структуре снизилась с 53 % в 1970-х годах до 23–33 % в последние годы. Доля садово-огородного типа заражения наоборот выросла, причем в 2013 году этот показатель составил максимальные значения (41,5 %). Поскольку заболеваемость городских жителей превысила заболеваемость сельского населения (рис.3), то и доля этого типа заражения выросла почти в 2 раза [5]. На территории Удмуртской Республики зарегистрировано 461 садоводческое товарищество, из них дератизации дважды в год подвергаются не более 70 %.

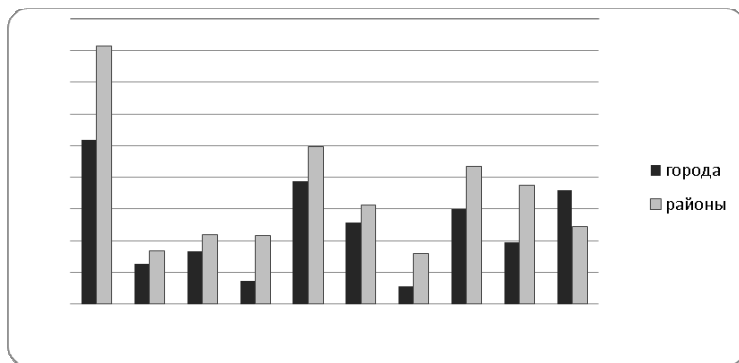


Рис. 3. Заболеваемость городского и сельского населения Удмуртии ГЛПС, на 100 тыс. населения

Крайне актуальной была и остается проблема высокой заболеваемости населения Удмуртии болезнями, переносимыми иксодовыми клещами. Заболеваемость населения клещевыми зооантропонозами, в частности клещевым энцефалитом и Лайм-боррелиозом, продолжает оставаться на

высоком уровне, в несколько раз превышая средний показатель по Российской Федерации. На долю Удмуртии приходится 15–17 % всех случаев клещевого вирусного энцефалита, регистрируемых на территории РФ [5].

В последние годы, начиная с 1996г., отмечается существенное (более чем в 15 раз) снижение показателей заболеваемости населения клещевым энцефалитом [3]. Уровень заболеваемости клещевым боррелиозом также снижается, но не столь выражено. При этом на протяжении 2000-х годов показатели заболеваемости боррелиозом в два раза (а в некоторые годы и более) превышают уровень распространения клещевого энцефалита (рис. 4).

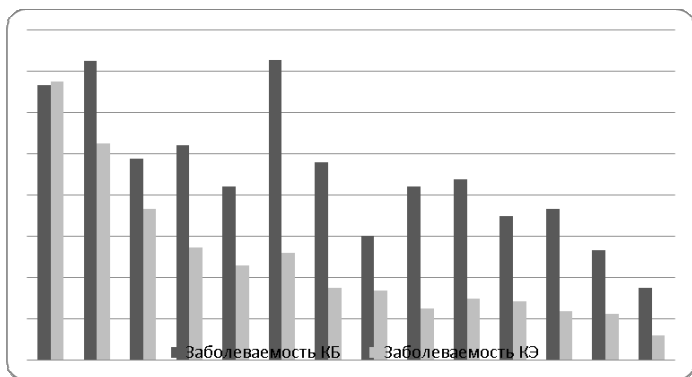


Рис. 4. Заболеваемость клещевым энцефалитом и клещевым боррелиозом населения Удмуртской Республики (на 100 тыс. нас.)

Показатель зараженности клещей вирусом энцефалита по данным Государственных докладов «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения Удмуртской Республики» варьирует в пределах от 10 до 20 % от общего числа обследованных клещей (рис. 5). Зараженность клещей боррелиями возросла почти в два раза и в последние годы превышает 60 %.

В территориальном распределении показателей заболеваемости населения Удмуртии клещевым энцефалитом (рис. 6) выделяется пояс высоких значений (более 40 случаев на 100 000 населения), который тянется с юго-запада республики на северо-восток. Районы юга, юго-востока и северо-запада характеризуются относительно низким уровнем заболеваемости.

При территориальном рассмотрении уровня заболеваемости населения Удмуртии Лайм-боррелиозом также выделяется пояс повышенных значений, протягивающийся с юго-запада на северо-восток. Он располагается несколько восточнее, чем это характерно для распространения клещевого энцефалита. Кроме того, высокие значения выделяются на крайнем юге (Алнашский, Каракулинский) республики.



Рис. 5. Уровень зараженности клещей боррелиями и вирусом клещевого энцефалита

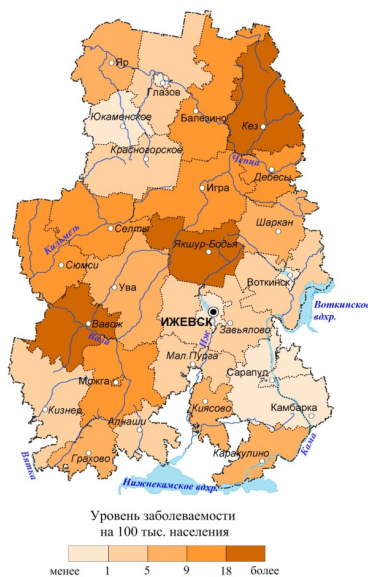


Рис. 6. Заболеваемость населения Удмуртии клещевым энцефалитом, 2011–13 гг.

Условный пояс районов с лесистостью более 50 % во многом соответствует расположению районов с высокими значениями заболеваемости населения клещевыми инфекциями. Прежде всего, это такие районы как Вавожский, Увинский, Сюмсинский, Селтинский, Якшур-Бодьинский, Игринский, Кезский. Наибольший уровень заболеваемости клещевым энце-

фалитом приурочен к территориям с преобладанием смешанных хвойно-лиственных лесов с липой. Данный тип лесов наиболее благоприятен для обитания как мелких млекопитающих (прокормителей), так и клещей — переносчиков вируса клещевого энцефалита.

Таким образом, клещевые инфекции и ГЛПС относятся к числу наиболее тяжелых природно-очаговых заболеваний, наносят значительный социальный и экономический ущерб и существенно снижают рекреационный потенциал территории. Выявление факторов, способствующих их распространению, необходимо при планировании хозяйственной деятельности, при размещении рекреационных и иных объектов, при оценке эпидемиологического риска территории.

#### **Список использованных источников:**

1. Баранова О. Г. Состояние растительного мира // Природопользование и геоэкология Удмуртии / Под ред. В. И. Стурмана. Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2013. С. 295–313.
2. Жигальский О. А. Сезонная динамика популяции рыжей полевки в Удмуртии // Вестник Удмуртского университета. Вып.4. Биология. Науки о Земле. 2012. С. 64–70.
3. Коротков Ю. С., Шеланова Г. Н., Богданова Н. Г. Динамика заболеваемости клещевым энцефалитом в Удмуртии на протяжении полувека (1957–2007 гг.) // Медицинская вирусология. 2008. Т. 25. С. 80–90.
4. Малькова И. Л., Рубцова И. Ю. Анализ причин трансформации природного очага клещевого энцефалита на территории Удмуртии // Вестник Удмуртского университета. Сер. Биология. Науки о земле. — 2013. — Вып. 3. С. 138–143.
5. О санитарно-эпидемиологической обстановке в Удмуртской Республике в 2013 году: Государственный доклад. — Ижевск: Управление Роспотребнадзора по Удмуртской Республике, 2014. — 231 с.

## **ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

*Гарифова И. А.*

На данном этапе развития общества становится приоритетной государственная задача по жизнеобеспечению деятельности человека, направленной на восстановление и развитие его физических, духовных и интеллектуальных сил в свободное время вне места постоянного проживания. Однако необходимо создать комфортные условия и для кратковременного

отдыха в местах постоянного проживания. Туризм выполняет важнейшую профилактическую функцию, связанную со здоровьем человека, является одним из стабильно растущих источников получения доходов для государства, вносит значительный вклад в устойчивое развитие общества [1].

Надо отметить, что оздоровительный туризм в мировом масштабе — один из важнейших и динамично развивающихся видов туризма. Так, по прогнозу Всемирной организации здравоохранения (WHO), к 2022 году туризм вместе со сферой оздоровления станут одной из определяющих мировых отраслей.

По мере продвижения по технократическому пути развития цивилизации общество все чаще обращается к древним целебным методикам. Причем в современных условиях диффузии знаний эти древние методики начинают использоваться во всем мире вне зависимости от места их возникновения. Так, например, в России примеряются такие оздоровительные методики, как лечебная гимнастика «Цигун», зародившееся в Китае, практики йоги (Индия), рефлексотерапия «Су-Джок» (Корея), тайский массаж и др. Оздоровительный туризм, как въездной, так и внутренний в целях оздоровления и применения таких методик становятся все более актуальным [4].

Отдых занимает важное место в жизни любого человека. Ведь когда ещё можно полностью восстановить утерянные силы, как не во время полезного и оздоровительного отдыха! В последнее время пользуется огромной популярностью во всех странах мира такое направление, как оздоровительный туризм.

Оздоровительный туризм — это тот самый отдых, который дает возможность не только насладиться приятным времяпрепровождением, но и проводится с лечебной целью.

Этот вид туризма связан с пребыванием на курортах практически здоровых лиц, которым не обязателен медицинский уход, наблюдение врача и лечение. Основными лечебными факторами являются: природные лечебные факторы, используемые для закаливания, культурно-досуговые мероприятия, физическая культура и спорт.

Оздоровительный туризм один из востребованных видов туризма во всем мире.

Приоритетными целями и задачами оздоровительного отдыха являются:

- гармоничное физическое развитие и содействие всестороннему развитию человека;
- укрепление здоровья и предупреждение заболеваний;
- обеспечение полноценного отдыха людей разного возраста и профессий;
- поддержание высокой работоспособности;
- достижение активного творческого долголетия

Уже древние греки, чтобы поправить свое здоровье, отправлялись в святилище бога-врачевателя Асклепия в Эпидавре — там были гостиницы, бани, палестры (школы гимнастики).

В мире выделяют 5 типа курортов:

1. Бальнеологические (главным лечебным фактором являются природные минеральные воды). Бальнеология — раздел курортологии, изучающий лечебные минеральные воды, их происхождение, физико-химические свойства, влияние на организм при различных заболеваниях. Можно сказать, что зачатки бальнеологии появились еще в V веке до н. э., когда древнегреческий ученый Геродот предложил способ употребления и показания к назначению минеральных вод, а в сочинениях Гиппократ (V–IV вв. до н. э.) упоминается о лечебных свойствах речной, соленой и морской воды. Начало научной бальнеологии в XVII–XVIII вв. положил немецкий ученый Ф. Гофман, установив химический состав минеральных вод [2].

В современных бальнео-отелях используются различные бальнеологические методы лечения — процедуры с применениями минеральных вод (ванна, душ, купание в бассейне, орошения, промывания, ингаляции, питьевое лечение). Существует несколько разновидностей бальнеологических курортов, где совмещаются различные виды лечения на основе бальнеологических факторов. Основным лечебным фактором бальнеологического курорта является вода минеральных источников.

2. Грязевые (привязанные к месторождениям лечебных грязей). Грязелечение — метод лечения, профилактики заболеваний организма с использованием пелоидов, т. е. лечебных грязей различного происхождения в курортных и некурортных условиях.

3. Климатические (лесные, горные, приморские). Климатотерапия — совокупность методов лечения и профилактики заболеваний организма с использованием дозируемого воздействия климатопогодных факторов и специальных климатопроцедур на организм человека.

4. Смешанные — используются сразу несколько природных лечебных факторов.

5. С особыми природными ресурсами

Все курорты России подразделяются на климатические, бальнеологические и грязелечебные.

Бальнеокурорты — наиболее многочисленный сектор лечебного туризма в России. Самым известным являются, безусловно, Кавказские Минеральные Воды, расположенные в Краснодарском крае. Однако множество не менее крупных курортов расположены и в других частях страны: в Бурятии (Аршан); на Алтае (Белокуриха); в Чите (Дарасун); на Камчатке (Начика, Паратунка); в Приморье (Шмаковка).

Грязелечение, или пелотерапия, основано на полезных свойствах грязей, которые оказывают положительное действие на функцию желез, соединительную ткань, кровообращение и обменные процессы.

Радиобиологическая активность лечебных грязей увеличивает иммунитет организма, помогая ему сопротивляться болезням.

На пелотерапии специализируются два крайних российских региона — Калининградская область и Приморский край. Именно здесь расположены узконаправленные санатории и лечебницы.

Климатические курорты. Основная функция такого рода курортов — стабилизация состояния пациента после острых проявлений болезни и профилактика хронических заболеваний в период их ремиссии. К ним относятся:

- Краснодарский край: Геленджикская группа курортов; Туапсинский курортный район; Сочинская группа курортов;
- Кабардино-Балкария (Тиберда).

В России, можно также найти и универсальные курорты. Универсальные курорты сочетают в себе сразу несколько лечебных факторов — воды, грязи и климатические условия. Курорты этого типа сосредоточены на юге России — Ейск и Анапа в Краснодарском крае и Эльтон в Волгоградской области.

Так же в XX веке в мире возникла целая курортная индустрия, охватывающая практически все страны и континенты. На базе традиционных климатических, бальнеологических, и грязевых курортов появились новые формы оздоровления — SPA, wellness, fitness. В список услуг, предоставляемых современными курортно-санаторными учреждениями, часто включаются check-up-программы.

Используемое сегодня понятие SPA, означающее комплекс оздоровительных и косметических процедур, произошло от латинского выражения “Sanus per Aquam” (здоровье через воду), которое использовалось в купальных комплексах еще древними римлянами. SPA-отель — гостиница с акцентом на оздоровительные услуги, причем чаще всего это косметологические услуги и различные релаксационные процедуры (например плавательный спа, не относящийся к медицинской деятельности и не требующий соответствующего лицензирования).

Spa-отели санаторного типа находятся в курортной зоне и имеют полный набор физиотерапевтических программ. Прежде чем отправиться туда, целесообразно посоветоваться с врачом. Там предлагают и wellness-программы — общеоздоровительные, релаксационные и косметические, которые подойдут и совершенно здоровому человеку [3].

На многих курортах задействованы wellness-программы (оздоровительные, антистрессовые, косметологические), которые подойдут и абсолютно здоровым людям. Неизменным спросом на морских курортах пользуются отели с центрами талассотерапии.

Перспективы развития оздоровительного туризма:

Во-первых, уровень развития оздоровительного туризма важен для каждого человека. Оздоровительный туризм заключается не только в использовании благоприятных природных факторов (климатотерапия), спорта и физической культуры, но и в предоставлении культурно-досуговой деятельности и других форм нетрадиционной профилактики.

Во-вторых, остаётся не сформированным спрос на оздоровительные услуги. По данным фонда «Общественное мнение», 63 % россиян не уделяют своему здоровью особого внимания, не заботятся о нём в повседневной жизни. В нашей стране люди не до конца понимают назначение этого вида туризма, в то время как намного легче провести профилактику, чем устранять последствия заболевания организма.

В-третьих, сохранение и воспроизводство трудового потенциала является задачей общегосударственного масштаба.

В РФ сейчас насчитывается 45 000 здравниц, максимально известны курортные комплексы Сочи, Крым и Кавказские Минеральные Воды. К тому же широко известны в странах ближнего зарубежья курорты Трускавца (Украина), Юрмала (Латвия). Хотя, из-за несоответствия уровня обслуживания высоким интернациональным стандартам больше всего таких курортов привлекает лишь людей этих стран.

#### **Список использованных источников:**

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Учебное пособие. — Издательство: Ростов-на-Дону: Советский спорт, 2008. — 117 с.
2. Брокгауз Ф. А., Ефрон И. А. Энциклопедический словарь: Брокгауз-Ефрон, 1890–1907.
3. Кружалин В. И. Теоретические и практические аспекты развития туризма и рекреации в России // Туризм и рекреация. Функциональные и прикладные исследования. Труды VI международной научно-практической конференции. СПб.: «Издательство Д. А. Р. К.»: 2011.
4. Мозокина С. Л. Перспективы развития оздоровительного туризма // Известия СПбГУЭФ. — №2 (74), 2012.



## **РАЗДЕЛ 5**

# **ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **ДРЕВНОСТИ ВОТКИНСКА**

*Карнеева А. П.*

История Воткинска уходит своими корнями в XVIII век, когда владеец Горноблагодатских заводов граф П. И. Шувалов получил разрешение на строительство нового железоделательного завода на реке Вотке. «...Оный Воткинский железный завод повелено его сиятельству графу Петру Ивановичу Шувалову строить по указу государственной Берг-коллегии... 1757 года октября 20 дня...» — так звучит один из первых документов в истории Воткинска, ныне хранящийся в Центральном Государственном Архиве Древних Актов в Москве.

Спустя два года с момента закладки, завод дал стране свою первую продукцию — кричное железо. В этом году мы отмечаем 256-ю годовщину «пуска в действие» завода, а значит и поселения при нем. Но место, где построен завод, было обжито задолго до его строительства: обилие лесов, рек, обилие рыбы, лесной дичи, великолепные заливные луга, привлекали сюда людей издавна. Поэтому, совсем не случайно, что история Воткинска гораздо древнее, чем кажется на первый взгляд. И происходит осознание этого благодаря упорному труду археологов, когда «все народы земли обретают свою забытую историю, обретаем ее и мы, жители Воткинского завода», так в одном из своих дневников написал Ф. В. Бердников — воткинский историк и родоновед, после встречи в 1881 году с казанским археологом П. А. Пономаревым. Он производил раскопки на Воткинском городище, расположенном на правом берегу р. Вотки, на юго-западной окраине Воткинска, которое издавна носило название «Чертово» городище. В археологии городище — это тип археологического памятника, укрепленное поселение.

П. А. Пономарев (1847–1919) был активным членом Общества археологии, истории и этнографии при Казанском университете, созданного в 1878 году, которое развернуло энергичную деятельность и объединило вокруг себя не только ученых, но и многих любителей и собирателей древних предметов. Представители этого общества проводили исследования на

территории, Сарапульского уезда Вятской губернии, к которой относился и Воткинский завод.

Именно здесь, «...руководствуясь находкой прекрасной бронзовой секиры, Пономарев ищет следы бронзовой культуры», — так было записано в отчете Казанского археологического общества. Далее указывается в отчете, что большая часть находок, сделанная им — черепки, останки животных. Самая интересная из них — «длинное, узкое трехгранное костяное копьё: одна грань шире другой, один конец заострен, на широкой грани ложбинка, как бы для стока крови — длиной более четверти, кость из которого оно сделано, темная...» [1].

Пономарев поехал сюда для проведения археологических раскопок не случайно, так как первое упоминание о Городище относится к 1827 году. В этом году Пермское горное правление запросило начальника Воткинского завода К. Я. Нестеровского «собрать сведения, не имеется ли в Воткинском заводе и округе оного остатков древних сооружений». В ответ горный начальник сообщил, что «в Воткинском заводе таких сооружений нет, кроме признаков земляных укреплений, находящихся при д. Городище близ реки Вотки...» [1].

В 1837 году начальником Камско-Воткинского завода был назначен Илья Петрович Чайковский, отец будущего композитора П. И. Чайковского. И хотя дел у него было множество, один из его первых указов по заводу звучал так: «Деятельность Ученого Комитета возобновить, Комитету предписано, если древности, коими так богата земля, обнаружены будут, немедленно сообщать...». И Комитет начал свою работу. Именно в то время, Ученым Комитетом было предписано, что древности, если таковые будут найдены на Городище, следует передать в заводской музеум. О других интересных находках — минералогических или геологических, как и предписано, Ученый Комитет сообщал в Петербург и Екатеринбург, чтобы специалисты изучили найденное «тщательно».

Поэтому, не случайно, что в газете «Вятские губернские ведомости» (1838 год) появляется первое упоминание о Воткинском городище — эта публикация и была результатом деятельности Ученого комитета при Воткинском заводе. В заметке сообщалось, что «на этом месте прежде находили железные орудия...», как мне кажется, эта ключевая фраза, которая говорит о том, что древности Городища видели многие воткинцы и не могли не интересоваться, что это и откуда... Кстати, это первое упоминание об остатках древностей на территории Удмуртии.

В 1860 году «Памятная книжка Вятской губернии» приводит описание Городища: «Это есть возвышенное место, с двух сторон окруженное болотами, а с других двух обнесенное земляным валом. Оно представляет мыс, возвышенный перпендикулярно на шесть сажен. С реки Вотки представляется гора крутая, неудобосходимая, покрытая кустарником, а с твер-

дой земли виден вал, идущий тремя грядами. Этот окоп идет от севера к югу сажен на пятьдесят, потом поворачивает к востоку и занимает около шестидесяти сажен. Три земляные вала доселе хорошо сохранились. Глубина рвов между ними одинакова. Спуск в первый удобен, во второй труден, в третий, коего глубина сажени полторы, весьма труден. Площадь возвышения имеет в длину и в поперечнике по семидесяти сажен... Следы жизни человеческой на сем месте совершенно исчезли, само предание народное о нем ничего не сохранило; говорят только некоторые из заводских старожилов, что здесь издревле обитала чудь белоглазая. Когда был основан Камско-Воткинский завод, на сем городище не было уже следов жилища человеческого. Находили прежде железные орудия и назад тому лет пятьдесят, при распашке земли, вырыли два топора особенной формы, подобной форме топоров, какие работалось на заводе для американской компании» [1].

В 1883 году в Воткинске было записано предание о том, что на городище некогда жила чудь одноглазая, одноногая, однорукая, она быстро скакала и хватала людей. Чудь погибла, как только появилась береза, — она упала в ямы. (Материалы по археологии восточных губерний России Императорского Московского археологического общества на высочайше дарованные средства. Москва, 1893). Кстати, в этом предании содержится общее для севера России и Урала тема «чуди» — древнего народа, когда-то жившего в этих краях.

Вот, что пишет о чудских древностях другой исследователь А. А. Спицын в своей книге «Вещественные памятники древнейших обитателей Вятского края» (1889г), написанной по итогам его работы в археологической экспедиции, 1887 года, проходившей также под эгидой Общества археологии, истории и этнографии при Казанском университете: «В Вятской губернии чудские поселения расположены по верховьям Камы, по Чепце до её среднего течения и по Пижме...

Чудские городища почти всегда помещаются на остром высоком мысу, огражденном с доступной стороны одним, иногда двумя, иногда тремя массивными валами... Площадка чудских городищ имеет всегда значительно большие размеры, чем площадки известных нам старых финских городищ.

Среднюю длину её мы принимаем 50 саженей: это составит площадь, на которой может раскинуться довольно сложное административно-промышленное поселение, поместиться несколько избранных семей и в случае надобности здесь может укрыться на время несколько сот человек. Самая характерная черта чудского городища — это его уступы, которыми скаты городища оберегались от осыпания...» [2].

А. А. Спицын оставил и подробное описание нашего Городища: «...Воткинское городище» находится «в лугах», близ воткинского завода,

на берегах речки Вотки, за кирпичными сараями, высокий берег реки здесь вдается в ее длину неправильной формы тупым мысом саженной 27 ширины и 40 длины, расположенными между двумя обширными котловинообразными осыпями. Мыс очень удобен, но так недостаточен для поселения, что строители городища должны были занять для него еще значительную примыкающую к мысу площадку, которую они и обвели валами, в общем, вышло оригинальное укрепление, единственное во всей прикамской части губернии...» [1].

А. А. Спицын, как и его предшественник П. А. Пономарев, отметили, что культурный слой городища неглубок, но все равно сделали множество интересных находок. У современных исследователей есть предположения, что именно в этот период на «нашем» Городище была обнаружена уникальная находка — литая секира в форме фантастического существа, которая заканчивается головой хищной птицы. Такая вещь могла использоваться в парадных церемониях жрецов, она хранится в собрании Исторического музея в Москве, однако, известно, что поступила она с территории бывшей Вятской губернии, от Ученого Комитета одного из заводов. Ученый Комитет, как известно историкам, был создан в XIX веке, лишь на Воткинском заводе. Также в тот период был найден трехгранный наконечник копья, она грань которого была шире стальных и имела ложбинку для стока крови, останки жерновов из красного полированного песчаника, фрагменты керамики, об этих находках сообщал в своем отчете Казанскому археологическому обществу П. А. Пономарев.

В начале XX века изучал Городище врач-краевед Ф. В. Стрельцов, уроженец Воткинска, который делал замеры, собирал воспоминания старожилов об этом месте. Некоторые из находок были переданы в заводской музей, откуда они поступили в Сарапульский Музей истории Среднего Прикамья, одним из организаторов которого был также Ф. В. Стрельцов.

К сожалению, в силу многих исторических и политических причин, изучение Воткинского городища было приостановлено на долгие годы. На этом месте в годы войны появилось картофельное поле, где горожане могли прямо на поверхности обнаружить кусочки керамики, этот, так называемый «подъемный материал». Найденные на поверхности земли артефакты сейчас хранятся в Музее истории и культуры г. Воткинска.

Изучал Городище и краевед города В. Н. Ступишин, оставивший подробное его описание, его интересно ранить с описанием 1860 года. «Мной это место было обследовано в июле 1963 года. На крутом берегу р. Вотки, выдающимся обрывистым мысом к северу, прямо против заводского шихтарника, все еще заметны следы бывших укреплений этого Городища. Ровная возвышенная площадка с западной стороны имеет следы трех рвов идущих с севера на юг. Причем первый и второй рвы слабо заметны, и глубина их не превышает 50–60 сантиметров. Рвы заросли тра-

вой. В южной оконечности оба они совершенно слились с пашней и пересекающей их полевой дорогой. Третий ров несколько глубже и виден яснее. Он поворачивает к востоку, а затем еще раз поворачивает к северо-востоку, сходя к обрыву поймы реки. Глубина его 70–80 см, а восточное окончание, ближе к обрыву, достигает 100–120 см. Он также покрыт травянистой растительностью. Параллельно южному рву, идущему к востоку, просматриваются следы второго рва, по которому проложена полевая дорога.

Ширина этих рвов почти везде в пределах 5 м., а расстояние между ними (валы) не больше 2–2,5 метров. Длина западных рвов около 50 метров, южного до 90 метров, а восточного не более 25 метров.

Обрыв, к которому выходят западные рвы крутой, и у подошвы разработан под посадку картофеля. Почти от самых северных окончаний этих рвов, обрыв плавно поворачивает на север, и затем, метрах в 40–50, круто делает поворот к востоку, образуя обрывистый, поднявшийся от уровня реки метров на 12, почти отвесный мыс, лишенный какой-либо растительности. Затем обрыв поворачивает на юго-восток, становится более отлогим, и еще раз поворачивая на восток, уже за остатками восточного рва, постепенно понижается, переходя в ровную луговину. Под обрывом находится пойма реки Вотки не особенно широкая. Под обрывистым мысом она сужается до 2–3 метров и эта часть обрыва во время весеннего половодья сильно подмывается водой и осыпается, видимо в силу этого и современная длина рвов идущих с севера на юг значительно короче то, что указана в приведенном описании 1860 года.

Площадка между рвами и обрывом берега в большей части разработана под посадку картофеля. На ней кое-где виднеются ямы, видимо, от больших построек. На дне ям и в их стенках встречаются кирпичи. Никаких других следов жилья на поверхности земли не обнаруживается».

Далее В. Н. Ступишин предполагает, что эти ямы — останки более позднего поселения, которое возникло на этом месте в конце XVIII — начале XIX веков — деревни Городище, которая была заселена заводскими «непременными работниками», эта деревня упоминается в отчете горного начальника завода в 1827 году, когда он отправил ответ на запрос Пермского горного управления, которое собирало сведения о древностях края. Но эти крепостные заводские крестьяне к середине XIX века были переселены в другие места, и история деревни Городище на этом закончилась.

К сожалению, исследование Городища не велось постоянно. И в свое время, когда началось строительство завода радиотехнологического оснащения (1968–70 гг.), большая территория, где могли бы быть сделаны уникальные находки, просто ушла под ковш экскаватора, и все культурные слои оказались либо уничтожены, либо смешаны. Но, тем не менее, исследования все же были сделаны.

Археолог из Удмуртского государственного университета Т. И. Останина, несколько раз выезжала сюда для визуального осмотра местности т. к. не было средств для проведения раскопок. В 1974 году проводились небольшие исследования силами ученых УдГУ под руководством Т. И. Останиной.

В 2007 году глава города А. В. Кузнецов отправил письмо в адрес ректора УдГУ с просьбой о включении в археологические программы Института народов Прикамья раскопок на Воткинском городище. На этот запрос было дано положительное заключение, и спустя год, 9 июня 2008 года на Воткинском городище начались раскопки, руководила ими В. А. Бернц. В июле 2008 года на место научных исследований были приглашены представители средств массовой информации, которых познакомили с предварительными результатами. Вот что было выявлено: Городище — это большая укрепленная деревня, окруженная валами и рвами. Но валы были разрушены полностью во время строительства завода РТО. Из-за близкого расположения археологического памятника к реке, часть площадки, где некогда жили люди, сползла вниз. В ходе раскопок было найдено много фрагментов керамических изделий. Найдены фрагменты керамики, украшенные орнаментом. Примерная датировка находок — IV–VII вв. до н. э. и V в. н. э. Было найдено несколько ям хозяйственного назначения.

Спустя год, в августе 2009 года, общественность города, преподаватели истории, краеведы были приглашены на встречу в администрацию города, где были ознакомлены с результатами предварительных исследований, которые были сделаны учеными Института истории и культуры народов Приуралья Удмуртского госуниверситета. Доктор исторических наук Л. Д. Макаров и старший научный сотрудник Н. Ф. Широбокова представили вниманию собравшихся результаты раскопок.

Археологические работы на Городище стали возможны благодаря реализации программы «Воткинскому городищу — новая жизнь», в рамках которой выделялись денежные средства не только на проведение собственно археологических изысканий, но и на заработную плату ребятам, которые принимали участие в раскопках (профессиональный лицей № 15, члены городского поискового отряда «Память»).

В настоящее время территория городища составляет порядка 20 тысяч квадратных метров, но вести раскопки сейчас возможно лишь на площади в 5 раз меньшей. На существующей части исторической местности в свое время был построен завод РТО, и сегодня на его территории вряд ли удастся найти хоть что-то, представляющее историческую ценность для науки. Однако из земли оставшейся свободной площади археологи постарались извлечь максимум интересного. Найденные на территории Воткинского городища фрагменты хозяйственной утвари и бытовых предметов

ученые исследовали и пришли в целом к выводу, что это древнее поселение относится к периоду мазунинской культуры (III–V вв. н. э.), тем самым, подтвердив правильность выводов своих коллег-ученых XIX века. Но исследования должны быть непременно продолжены, потому что не все специалисты согласны с тем, что поселение можно отнести к мазунинской культуре, возможно, здесь есть и более древний пласт «жизни», который необходимо еще исследовать.

#### **Список использованных источников:**

1. Материалы фондов МАУ «Музей истории и культуры г. Воткинска». Материалы по Городищу: выписки фотокопии, газетные вырезки. 58-НВ
2. Спицын А. А. Вещественные памятники древнейших обитателей Вятского края. Реферат, посвященный VIII археологическому съезду. Вятка. 1889.

### **АРХИТЕКТУРНАЯ СРЕДА СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА КАК ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

*Овчинникова Т. А.,  
Берестова Е. М.*

Историко-культурный потенциал — это совокупность всевозможных объектов и явлений культурного наследия на определенной территории, которые могут быть представлены как в материальных формах (таких как памятники истории и культуры), так и в нематериальных (например, традиции). Любой город обладает собственным историко-культурным потенциалом, который является для него основой развития туризма.

Город представляет собой сложное явление, воспринимаемое не просто как сочетание архитектурных сооружений и объектов инфраструктуры, а как некий комплекс, который мы называем его обликом, и чем более узнаваем этот облик, тем привлекательнее становится город для туристов.

Современный архитектурный облик большинства российских городов сложился на протяжении XX столетия, с возникновением отечественного градостроительства, когда люди поняли, что города занимают слишком важную часть их жизни и, следовательно, не могут расти стихийно. Но на сегодняшний день очевидным становится тот факт, что сложившаяся среда всё меньше отвечает требованиям времени и запросам населения. Это касается как крупных мегаполисов, так и региональных центров, и проявляется в том, что в последние годы в городах России всё чаще про-

водятся всевозможные мероприятия, конференции и выставки, посвященные преобразованию и оптимизации сложившейся городской среды. Поэтому, актуальным становится вопрос, как складывалась архитектурная среда современного города, которую на сегодняшний день горожане так стремятся преобразовать, если десятилетиями сами создавали её?

Поиски ответа на этот вопрос следует начать с рассмотрения основных определений, касаемых градостроительного процесса.

Архитектура — это искусство проектировать и строить объекты, формирующие пространственную среду для жизнедеятельности человека. Объекты архитектуры весьма разнообразны: среди них выделяются сооружения абсолютно утилитарного характера, в частности, это объекты инфраструктуры и жилые здания, при создании которых преимущество отдается функциональности, экономической выгоде и соображениям долговечности, что зачастую приводит к снижению эстетической ценности таких сооружений. Другая часть архитектурных произведений, которая в большей степени соответствует смыслу термина «искусство» — это соборы, особняки, дворцы, утилитарное предназначение которых второстепенно.

Объекты архитектуры не всегда претендуют на статус произведения искусства и зачастую не содержат в себе художественный образ. Существует давний спор теоретиков — «что такое сарай: архитектура или строительство?»

Следует сразу разграничить эти понятия. Сходство архитектуры и строительства заключается в том, что обе эти сферы деятельности служат практическим целям общества и организации пространства. Различие между ними содержится в том, что архитектурный объект при решении своих практических задач, решает и идейно-художественные. Объект простого строительства создается исключительно для практического использования, и при его постройке не используются методы художественного творчества и не отводится никакого значения гармоничному сочетанию этого объекта с окружающей средой. В этом состоит отличительная особенность между архитектурой и строительством.

Таким образом, архитектура — это искусство, вырастающее на базе строительства, являющееся его качественной ступенью. Способность архитектуры выражать идейно-художественное содержание сближает ее с другими видами искусств. Однако одного этого фактора недостаточно, чтобы проектируемый объект являлся архитектурным. По мнению архитектора Ф. А. Новикова, истоками формообразования в архитектуре являются четыре фактора:

- функция объекта, то есть его предназначение, выраженное в деталях самого здания;
- оптимальная среда, соответствующая данной функции;



- строительная техника, к которой относятся материалы и методы строительства, а так же конструкция и техническое оснащение объекта;
- экономические соображения, поскольку любое строительство оперирует значительными финансовыми вложениями.

Пренебрежение каким-либо из перечисленных факторов способствует возникновению различных градостроительных проблем, а превозношение одного перед другими порождает новые течения в архитектуре, например, функционализм или техницизм [17]. Архитектура, таким образом, является зеркалом эпохи, отражающим общественные тенденции своего времени. В архитектурных формах закрепляется и сохраняется для последующих поколений основная информация о периоде их создания.

Современный город представляет собой сложный и многофункциональный механизм, для создания которого простого строительства недостаточно, поскольку каждый город должен быть не только удобным и безопасным для проживания, но и иметь уникальный облик, отличающий его от других городов, который формируется за счет проектирования архитектурной среды. К особенностям средового проектирования относят:

- изменение традиционного представления об автономности архитектурного объекта на осознание его связей со сложившейся ситуацией;
- конструирование жизненного процесса как основы для поиска соответствующей ему формы организации пространства;
- решение проектной задачи с учётом преимущества по отношению к ландшафту и социально-культурным традициям;
- глубокое понимание духа и контекста места [21, с. 4].

Искусство, предметом создания которого являются города — градостроительство, основы которого содержат информацию о том, из чего должен состоять город и как его правильно возвести на практике. Советские архитекторы А. Э. Гутнов и В. Л. Глазычев в своей книге «Мир архитектуры» сравнивают градостроительную деятельность с художественной, проводя аналогию между поверхностью земли и холстом, строительной техникой и красками [7].

На сегодняшний день целью работы архитекторов-градостроителей является не единичное проектирование зданий и ансамблей, а гармонизация всего окружения, во всех его видах и деталях. При этом современная архитектурная среда города должна слаженно сочетать в себе всё многообразие объектов, сохраняемых с прошлых веков и создаваемых в наши дни.

Понятие среды является важным на современном этапе развития архитектуры, вследствие видоизменения методов, результатов и целей проектировании архитектурных объектов. В прошлом, работая над своими проектами, архитекторы решали преимущественно частные задачи, связанные с созданием одного конкретного объекта своей деятельности, в то

время как целостная среда обитания человека рождалась и развивалась стихийно.

Архитектура, как одна из форм искусства, всегда ассоциировалась у человека с представлениями о прекрасном и духовном, с идеальными образами пространственной организации жизни. В проекты архитектурной деятельности во все времена закладывались те идеи и закономерности, которые в сознании человека связаны с понятием красоты.

Архитектура города, с помощью различных способов организации пространства, формирует у горожанина конечное впечатление о своем произведении — архитектурный облик.

Архитектурный облик — это внешний образ объекта, в котором предусмотрено выражение его назначения. Следовательно, облик любого отдельно взятого здания должен содержать такие черты, которые сделают очевидным его предназначение: жилой дом, театр, школа, вокзал. Любое здание (форма) изначально проектируется в соответствии с определенной функцией, выражающей предназначение объекта.

Облик каждого здания должен вызывать у зрителя эмоции и впечатления, поскольку архитектура, как любой другой вид искусства, должна воздействовать на человека. Архитектура способна влиять на настроение и работоспособность, как в положительном направлении, так и в негативном. Следовательно, город должен быть выразительным, хорошо спланированным и красивым, для того, чтобы способствовать комфортной и успешной жизни своих обитателей.

Архитектурное творчество не осталось в стороне от значительных перемен в искусстве, науке, технике и образе жизни человечества, которым был отмечен XX век. Современность поставила принципиально новую задачу — проектировать среду в целом, гармонично связывая воедино все ее параметры: физические, функциональные, социальные и эстетические.

Для решения этой задачи необходимо понимание сущности категории «среда». Понятие «среда» подразумевает единство некоего объекта с его условиями существования. Таким образом, термином «архитектурная среда» обозначается та часть нашего окружения, которая образована архитектурными объектами и системами их обслуживания и благоустройства, объединенными в единое целое. Целью формирования архитектурной среды является создание рационально организованного и эстетически оформленного материально-пространственного окружения человека.

Для создания этой целостности недостаточно только архитектурных знаний. При проектировании города необходимо разбираться в социологии, экологии, географии, истории, организации инфраструктуры, управлении городским хозяйством, нормах гигиены и других значимых сферах общественной жизни. Следовательно, градостроительство является не просто разделом архитектуры, а одним из сложнейших искусств. Градострои-

телю, в отличие от художника, приходится иметь дело с постоянно меняющейся реальностью, предсказать развитие которой — непростая задача. Город, как уже было отмечено, не может расти стихийно, поэтому архитекторы-градостроители должны быть внимательны к нему, как к целому образованию, а не только к отдельным элементам. Только в этом случае возможно создание архитектурной среды, положительно влияющей на общество.

Строительство любого города должно начинаться с изучения особенностей выбранной территории: невозможно возвести один и тот же город в двух разных точках земли. Планировка будущего города — результат огромной интеллектуальной работы и глубокого исследования местности. В первую очередь, рисунок должен быть сориентирован по сторонам света, что важно с утилитарной точки зрения: в холодных странах значительное внимание оказывается максимальному попаданию в город солнечных лучей, в жарких — защите от палящего солнца. Другой немаловажный фактор — направления господствующих ветров: в город не должны попадать ветра с производственных предприятий, болотистых местностей или пыльные бури.

Современный город состоит из множества разнородных элементов. Специалистами выделяются разные классификации этих элементов.

Американский специалист в области городского планирования К. Линч в работе «Образ города» предлагает разделить город на пять составных элементов — пути, границы, районы, узлы и ориентиры. К путям он относит улицы, тротуары, автомагистрали, железные дороги, каналы, и прочие коммуникации, по которым возможно перемещение. Границы в понимании Линча — это барьеры, линейные разрывы между двумя состояниями, например: берега, выемки для железнодорожных путей, окраины жилых районов, ограды, заборы, стены. Районы — крупные участки, на которые разбит город. Они обладают каким-то общим, распознаваемым характером, помогающим отличать районы города между собой. Узлы — соединительные звенья районов, перекрёстки, развязки или слияния путей. Ориентиры — легко идентифицируемые объекты, служащие для опознавания мест. Ими могут быть любые узнаваемые объекты: здание, знак, фасад, витрина, гора. Таким образом, функции элементов города, выделенных Линчем, могут пересекаться: скоростная магистраль одновременно играет роль пути для водителя и границы для пешехода; зона центра может трактоваться как район в городе средней величины или как узел, если учесть территорию агломерации [14].

Доктор архитектуры, профессор Московского архитектурного института (МАРХИ) З. Н. Яргина в учебнике «Социальные основы архитектурного проектирования» отмечает, что город формируется из таких элементов, как:

- жилая среда, охватывающая архитектурные объекты, связанные с личным потреблением;
- система культурно-бытового обслуживания, включающая предприятия сферы торговли, общественного питания, образования и медицинского обслуживания;
- производственные комплексы;
- зоны отдыха [22, с. 117–179].

Такие элементы, очевидно, выделяются из концепции Ле Корбюзье, зафиксированной в «Афинской хартии» в 1933 году, согласно которой великий французский архитектор предлагал строго разделять город на функциональные зоны: жилище, работа и отдых.

Современный российский архитектор, градостроитель, архитектурный критик, профессор Международной академии архитектуры, преподаватель Новосибирской архитектурно-художественной Академии А. Ю. Ложкин посвятил теме города и его среды курс лекций «Современные концепции формирования архитектурной среды», на основании которых написал серию работ «Очерки о городской среде» [15]. Ложкин определяет архитектурную среду российских городов как некачественную и некомфортную, по сравнению с европейской, и ищет способы преодоления этой проблемы. Он выделяет три модели градорегулирования: первая — «утопическая», предполагающая застройку в точном соответствии с проектом; вторая — «божественная», где главная роль отводится принципиальному и неподкупному человеку с безупречным вкусом и обладающему высшим разумом в области градостроительства; и третья — «правовая», где главный архитектор выступает в качестве главного городского консультанта и несет ответственность перед городом за создаваемую среду. Из самих названий ясно, что ни «утопическая», ни «божественная» модель не работают в реальных условиях. С 2007 года в России правовое регулирование развития территорий является единственно законным, оберегая город от проектов, непредусмотренных генеральным планом [15].

Современную городскую архитектурную среду Ложкин разделяет на фоновую — подчиняющуюся единому регламенту, куда входят объекты, служащие лишь фоном для разнообразной городской жизни (в частности, жилые микрорайоны); и на «landmark buildings» — доминанты, выполняющие символическую роль, служащие ориентирами в городском пространстве и средствами самоидентификации города и горожан (это храмы, соборы, театры, музеи, дворцы, ратуши) [15].

Профессор МАРХИ, кандидат архитектуры В. Т. Шимко определяет архитектурную среду города, как «единство свойств архитектурных фрагментов с их характерным предметным наполнением и эмоциональной окраской» [8, с. 161]. В ней он выделяет архитектурные компоненты, которые делит на несколько групп, различных по функциям и происхождению:

1) Архитектурные сооружения и массы, к которым относятся здания. Они играют основную роль в формировании среды и задают первичное эмоционально-художественное впечатление о городе.

2) Плоскостные сооружения — это площади, дороги, проезды, создающие основу для архитектурных строений.

3) Детали архитектурных масс, среди которых цветовые решения, использование различных фактур, пластические деформации и прочие декоративные приёмы формообразования. Они являются носителями ритма и масштаба сооружений.

4) Произведения монументально-декоративного искусства: монументы, рельефы, панно, орнаментальные композиции. Объекты этой группы элементов служат формообразующим началом городского пространства, либо функционируют как фрагменты фасадов.

5) Информационные устройства и установки. Это могут быть элементы, декорирующие фасадные плоскости: рекламы, витрины, эмблемы; или самостоятельные объёмные объекты, такие как указатели и стационарные информационные устройства, а так же разделители поверхностей, например, дорожная разметка.

6) Фрагменты городского оборудования: скамьи, фонари, киоски, создаваемые для заполнения городского пространства.

7) Объекты благоустройства: мощения, ограды, лестницы.

8) Ландшафтные элементы, играющие немаловажную роль в архитектурном проектировании: рельефы, водоемы и прочие природные объекты, в том числе газоны, парки, лесополосы, цветники и т. д. Функцией этой группы объектов является роль символических ограждений в пространстве.

9) Вторые планы, перспективы и панорамы, образующие условные ограждения. Данная группа стоит особняком среди всех названных, так как архитектор не всегда способен участвовать в их формировании [8, с. 179–180].

Все эти элементы, по мнению Шимко, обладают свойствами среды, то есть являются обжитыми, освоенными горожанами, и обеспечивают «местные» виды городской деятельности. Совокупность вышеперечисленных фрагментов определяет образ жизни всего города [8, с. 161].

Итак, на протяжении XX века в теории и практике архитектуры и градостроительства сформировалась тенденция делить среду на относительно завершённые автономные фрагменты. В соответствии с такими представлениями архитектурная среда складывается как мозаика из определенного набора этих элементов, формируя конечное представление о городе — его внешний облик.

На сегодняшний день созданием архитектурного облика города занимаются уже не только градостроители, но и дизайнеры и художники, что является важным в условиях преодоления однотипности сложившейся среды. Помимо профессионалов, большая роль отводится и населению.

Именно общество является потребителем того, что создают градостроители, следовательно, те, в свою очередь, должны ориентироваться на интересы простых горожан. Свобода от общественного мнения способна породить лишь хаос и произвол в градостроительстве, который может обернуться колоссальными финансовыми потерями. Поэтому развитие архитектуры находится в прямой зависимости от мнений и оценок граждан, населяющих современные города.

Здесь следует пояснить, что именно мы подразумеваем под привычным термином «город». В России статусом города обладают около 1100 населенных пунктов, среди которых: многомиллионная Москва и крохотный Магас; необъятный Волгоград и относительно небольшой Северодвинск; промышленный Череповец и курортная Анапа, древний Псков и молодой Волгодонск. По какому признаку столь непохожие друг на друга поселения объединены под общим термином «город»? Существует множество определений города, среди которых сложно было бы выделить какое-то единое, общепринятое. Большинство словарей трактуют город, в первую очередь, как крупный населенный пункт. Но величина не может быть решающей в определении города, так как чёткую границу между деревней и городом по такому признаку установить сложно. Существуют и такие крупные села, которые превосходят по численности населения небольшие города. Плотность населения так же не может являться градообразующим признаком, поскольку в некоторых горных селениях, она может быть выше, чем в крупных городах.

Большой Энциклопедический словарь даёт следующее определение: город — это населенный пункт, жители которого заняты, как правило, вне сельского хозяйства [2]. Но строго разделять населенные пункты по характеру деятельности населения — сельское хозяйство в деревне, а не аграрные виды деятельности в городе — тоже не корректно. Сельское хозяйство всегда занимало большое место в жизни горожан, и по сей день в городах, в том числе крупных, часть населения занята аграрной деятельностью, в черте многих городов имеются приусадебные участки и садоводческие товарищества. При этом, существуют такие посёлки, в которых основным занятием населения является не сельское хозяйство, а иные промыслы, например добыча полезных ископаемых или художественные ремесла, что, однако, не придает поселению статус города. Следовательно, род занятий тоже не может являться градообразующим признаком.

Макс Вебер определяет город как «поселение, в котором действует рынок». Однако сам же отмечает, что «рынок» не всегда превращает место, где он функционирует, в «город» Периодические ярмарки и рынки заморских товаров действовали часто и в деревнях [4].

Немецкий географ и этнограф Фридрих Ратцель назвал городом «долговременное скопление людей и их жилищ, занимающее значительное

пространство и расположенное в центре крупных коммуникаций» [18]. Минимальный порог населения города, по мнению Ратцеля, составлял две тысячи человек.

В социологии города — город представляет собой «ментальный образ морфологии архитектурных и ландшафтных форм, место концентрации шедевров и вопиющей бездарности, культивируемых парков и промышленных пейзажей» [3].

Разнообразие функций делает город многогранным и сложно устроенным. В теории геоурбанистики город характеризуется как сложный многоплановый системный организм, сложный экономико-географический, архитектурный и инженерно-строительный, технический, эколого-биологический, социальный и культурный комплекс [18].

Таким образом, современные исследователи дают городу множество разнообразных дефиниций, которые можно сгруппировать по нескольким признакам: территориально-демографическому, политико-административному, экономическому, социоструктурному и социокультурному [19].

«Городами» в разных странах и в разные эпохи называли явления различного содержания, с несходными характеристиками и всевозможными способами формирования. Так, в Древней Греции город представлял собой спонтанную совокупность «суверенных» зданий, связанных сложными лабиринтами улиц. В Римском городе важная роль отводилась открытым форумам, а здания подчинялись очертаниям площадей, что создавало иллюзию «оформленной пустоты». Средневековые города Средней Азии отличались плотной застройкой, сливающейся в непрерывные массивы, а уличное пространство оказывалось перекрытым сверху, стирая, таким образом, границы между зданием и не-зданием. В средневековом городе западной Европы улицы и площади складывались в связную систему пространств, постепенно раскрывающуюся восприятию. Русские города средневековья отличались отсутствием четких границ между городом и его окружением, и постепенно расширяли свои границы. В эпоху Ренессанса, с зарождением гуманистического мировоззрения человек осознал, что он способен сам создавать красоту, следовательно, сменились и принципы градостроительства: важным средством организации пространства стали перспектива и симметрия. Эпохе барокко принадлежит концепция города, как произведения искусства, что означало непрерывность города, его целостность и единство. Такая структура накладывалась на имеющуюся городскую территорию, не разрушая при этом унаследованную от средневековья планировку. Для города XIX века стало характерно сочетание исторического и современного, что привело к столкновению разнородных, не связанных элементов, не сливающихся в единстве. В частности, противопоставленными всему городу оказывались особняки богатых заказчиков [9].

К концу XIX века архитектурный облик городов России резко ухудшился, несмотря на усиливающееся благоустройство их центральных районов. Такое изменение находилось в прямой зависимости от роста численности городского населения. Города в России стали расти хаотично, их внешний облик был сильно обезображен железнодорожными путями, промышленными предприятиями и частной застройкой, лишенной упорядоченной планировки и санитарного благосостояния.

Художественные требования, предъявляемые к архитектурным произведениям в XX веке изменились не в лучшую сторону. Произвол и хаос в градостроительстве наиболее ярко стал проявляться в искажении исторических архитектурных ансамблей, которые беспорядочно обстраивались современными зданиями, что резко нарушало их зрительное восприятие.

Желание найти выход из создавшегося положения и противодействовать стихийной застройке городов в начале XX века привело к выработке новых тенденций в области планировки новых городов и реконструкции старых. Градостроители обратились к технике с целью создания города, как упорядоченного техномира. В СССР это выразилось в массовом типовом строительстве, по сей день определяющем облик многих российских городов.

Характер градостроительной деятельности в стране определили два наиболее значимых фактора: приоритет интересов производства перед прочими интересами и стремление к повсеместной унификации архитектурного облика.

Доктор архитектуры Ю. Л. Косенкова в статье «Градостроительство советской эпохи. Опыт прошлого и уроки на будущее», опубликованной в сборнике «Архитектура изменяющейся России», отмечает, что согласно концепции государственного планирования, принятой в 1920-е годы и общим задачам индустриализации, сложилось новое понимание города, который стал рассматриваться как «поселение при производстве, не обладающее самостоятельной социокультурной значимостью. Город складывался как скопление поселков при промышленных предприятиях, возникших как следствие многократно менявшихся и непредсказуемых в долгосрочной перспективе государственных решений, принимаемых в народно-хозяйственной сфере. С такой точки зрения город, по сути, не нуждался ни в каких целостных концептуальных разработках» [1, с. 93].

Во второй половине XX века вновь потребовалось ощущение целостности города. Это было связано с началом космической эры на Земле. Человеку стал доступен не только выход в космос, но и, благодаря техническим средствам коммуникации, возможность наблюдения за планетой со стороны. Это привело к чувственному ощущению единства мира. Возросло в целом внимание к взаимозависимостям вещей и явлений действительности. Городу свойственно меняться вместе с обществом, воплощать в себе



преемственность культур, следовательно, новые объекты накладывались на старые контексты, что постепенно привело к дисгармонии в городском пространстве. Это потребовало восстановления единства, как важной характеристики города.

В начале XX века начали зарождаться основы современного градостроительства, теоретическое обоснование которого заключалось не только в борьбе с бессистемной застройкой существующих городов, но и в процессе проектирования новых. Новые города начали строиться по специальным документам — генеральным планам, составляемым в соответствии с принципами современного градостроительства. Новшеством в проектировании было то, что город рассматривался как единый архитектурный организм, в котором проблемы функционирования, эстетического восприятия, санитарного состояния, экономического благополучия и другие должны были решаться в масштабах всего города, но не отдельного здания или группы зданий.

Отличительной чертой теории отечественного градостроительства был грамотный подход к решению санитарных, экономических и прочих проблем, связанных с повышением качества жизни горожан. Одним из известных представителей такого подхода был петербургский архитектор А. К. Монтаг. Он утверждал, что строить города нужно в здоровой местности, и подчеркивал важность установления минимальной ширины улиц, не препятствующей достаточной освещенности квартир на первых этажах. Так же Монтаг выступал против сплошной застройки жилых кварталов многоэтажными домами, и против постройки внутри городской черты промышленных предприятий, загрязняющих почву и воздух города [5].

Многочисленные проблемы города с течением времени непрерывно обновляются, это происходит на протяжении всей истории существования города. Поэтому, еще со времен Платона, градостроители мечтают об «идеальном городе», который стал бы удобным для человека и отвечал всем его растущим потребностям. Концепции «идеальных городов», создаваемые архитекторами-утопистами, предполагают такие планировочные решения, в которых заранее продуманы все аспекты человеческой жизни на многие годы вперед. Но, как показала градостроительная практика, создание абсолютно идеального города невозможно по причине социальных противоречий, существующих в любом человеческом обществе. Тем не менее, градостроительные теории утопистов прочно вошли в теорию и историю мировой архитектуры.

Среди наиболее популярных архитекторов начала XX века особое место занимает английский философ Э. Говард, известный своей публикацией «Города-сады будущего», где он описал утопический город, в котором люди живут в гармонии с природой. Данная публикация привела к основанию движения «город-сад» и к попыткам построения подобных горо-

дов. Город-сад — поселение, в котором гармонично сочетаются все преимущества городского и сельского уклада жизни.

Наибольшей популярностью идея Говарда пользовалась в Великобритании, однако и в России есть примеры попыток её осуществления: градостроительный проект «город-сад в Барнауле», не осуществленный до конца, но оказавший влияние на облик города, а так же посёлок Сокол в Москве. Основные характеристики отечественных «городов-садов»: допустимая высота жилых зданий не более двух этажей; проживание одной семьи в одном доме; наличие земельных участков на придомовой территории; отсутствие ограждений между участками; участок, на 80 % свободный от построек; наличие сада, огорода или цветника; строительство каждого дома по индивидуальному проекту.

В 1914 г. появился проект «новый город» итальянского архитектора А. Сант-Элиа. Его волновала проблема эстетики индустриального города, его архитектурной выразительности. Социальных задач Сант-Элиа не решал, принимая город большим и хаотичным, каким он был в начале XX века. Следовательно, такая концепция не отвечала требованиям эпохи.

Автором наиболее популярной градостроительной концепции начала XX века является французский архитектор Ле Корбюзье. Особенности его архитектурного стиля — небоскребы, офисные центры и торговые зоны из стали, стекла и бетона. Ле Корбюзье верил, что с помощью вышеуказанных технологий удастся преодолеть социальные последствия урбанизации. Для его концепции характерны: централизованный контроль над использованием земли; невысокая плотность застройки; обилие открытых пространств и зеленых насаждений. Планы Ле Корбюзье относительно городского планирования основывались на идее рационального расположения объектов в пространстве. Ле Корбюзье настаивал на целесообразности повышения этажности городской застройки и освобождении за счет этого открытых пространств. Архитектор подчеркивал важность геометрического подхода к планировке города, обосновывая это тем, что человеку необходима особая среда, защищающая его от природных стихий, соответствующая его сущности и мышлению. Именно поэтому человек тяготеет к геометрии, создавая необходимый для себя порядок. Следовательно, стихийно растущие города, утрачивая свой геометрический порядок, грозят человеку катастрофой [13]. Ле Корбюзье откликнулся и на социально-урбанистические преобразования в СССР, предлагая радикально изменить облик Москвы, застроив почти весь её центр. Но предложение архитектора принято не было [10]. Тем не менее, некоторые принципы Ле Корбюзье в Советском Союзе были взяты на вооружение во второй половине XX века, в период массового домостроения на индустриальной основе.

Среди отечественных архитекторов начала XX века приверженцем конструктивистской архитектуры и сторонником Ле Корбюзье был

Н. А. Милютин — автор концепции «линейного города». Он отмечал, что мощная индустриализация в стране требует создания новых крупных промышленных городов. Строительство, по мнению Милютина, должно быть социалистическим, существенно отличающимся от дореволюционного. «Массовая перестройка хозяйства на социалистических началах неизбежно вызывает перестройку культуры и быта», пишет Милютин, из чего следует вывод о том, что советский город, в первую очередь, должен способствовать организации нового уклада жизни — коллективного быта [16, с. 8].

Согласно идеям Милютина, в одном городе не могут сочетаться несколько различных промышленных предприятий, не взаимосвязанных друг с другом. Новые предприятия должны создавать вокруг себя новые города, но не вкрапляться в имеющуюся застройку старых городов с уже имеющимися производствами. В существующих городах Милютин отмечал наличие хаоса, и предлагал коренным образом изменять их планировочные решения: «каждый населенный пункт мы должны рассматривать как единое целое, в котором наиболее разумно, рационально, целесообразно располагаются и увязываются между собой его основные части: промышленное и сельскохозяйственное производство, транспорт, энергетика, управление, быт, воспитание, учеба» [16, с. 22].

Планировка населенного пункта сводится в концепции Милютина к установлению определенных зон, располагаемых на местности в виде линий. Порядок расположения зон: территория железнодорожных путей (полоса отчуждения); зона производственных и коммунальных предприятий, складов, станционных сооружений, а также связанных с ними научных и технических учебных заведений; зеленая (защитная) полоса с шоссейной магистралью; жилая зона. На территории последней, в свою очередь, расположены такие линии, как: полоса учреждений общественного пользования, полоса жилых зданий, детская полоса, парковая зона и зона совхозов. При этом, господствующие ветра должны дуть со стороны жилой зоны на производственную, но не наоборот [16, с. 24].

Художественное оформление не находит места в рамках нового социалистического строительства — Милютин отвергает архитектурные стили предыдущих эпох, считая, что за маской стиля всегда скрывается неграмотность архитектора. Он заявляет: «разумно решенная конструкция не может нуждаться в маскировке украшением» [16, с. 64]. Главными принципами архитектурного оформления советского города Милютин провозглашает: легкость, целесообразность, разнообразие, простоту, чистоту и максимальное количество света [16].

Представителем рационализма в отечественной архитектуре был Н. А. Ладовский. Он имел образование архитектора-художника, что отразилось и на его градостроительной концепции развивающегося города. Наибольшее внимание Ладовский уделял художественному образу архи-

тектуры, проблемам пространства и психологии восприятия. Он подчеркивал необходимость научного исследования объективных психофизиологических закономерностей восприятия человеком архитектурных форм, пространства и цвета. Ладовский ставил задачу найти в художественной стороне архитектуры не только эмоциональные, но и рациональные моменты, чтобы архитектор в своих формально-эстетических поисках мог учитывать объективные закономерности восприятия человеком архитектурных сооружений.

Он бережно относился к пространственной структуре города. В старом городе он призывал не разрушать её, в новом придавать ей черты единства, с учетом последовательности восприятия. Целью Ладовского было сохранение внутренней структуры города с возможностью последующего роста и развития. Одним из предложений архитектора было разомкнуть одно из колец Москвы, чтобы она приняла форму параболы или кометы с историческим центром города в качестве ядра, и со временем, развиваясь в северо-западном направлении, могла слиться с Ленинградом [12].

Царская Россия начала XX века ещё не знала колоссальных масштабов строительства: города росли медленно. Но с переходом к советской власти все сферы жизнедеятельности человека стали развиваться в социалистическом русле, и градостроительство не осталось в стороне. Промышленное строительство, индустриализация и, как следствие, урбанизация вызвали существенный рост городского населения, что потребовало коренного пересмотра градостроительных теорий. На первый план среди проблем города вышел дефицит жилых площадей, и вследствие этого потребовалось крупномасштабное жилищное строительство, которое преобразовало советские города на протяжении долгих десятилетий.

Идея строительства дешёвого социального жилья красной нитью проходит через всю историю советской архитектуры. Большую роль в выборе стратегии развития советских городов сыграл и зарубежный опыт. Так, американцы ещё в XVIII веке начали создание каркасных сборных домов для переселенцев. В Европе стали практиковать строительство сборных домов в конце XIX — начале XX веков. После Первой мировой войны особенно ярко проявились идеи архитектурного минимализма и функциональности. В 1924 году по проекту Ле Корбюзье под Бордо был возведён целый городок, состоящий из двух- и трёхэтажных домов. Это был первый опыт серийного панельного строительства. Оно получило более широкое распространение в Германии, когда в 1925 году была разработана система строительства домов из сборных элементов — платтенбау [6]. После Второй мировой войны в переживающей жилищный кризис Европе стали возводить уже целые жилые комплексы из однообразных типовых домов. В Америке в это же время начался настоящий строительный бум: строительная компания из Нью-Йорка «Levitt&Sons» начала застраивать

пригороды, отвоёвав у законодателей право строить дома без фундаментов, которые удорожали и задерживали строительство. Главной технологической задумкой было: уподобить строительство конвейеру [20].

Таким образом, в первой половине XX века, на основе теорий отечественных и зарубежных архитекторов, в советских городах начала формироваться принципиально новая архитектурная среда. Отечественные архитекторы, в поиске наиболее правильного градостроительного подхода, отвечающего требованиям эпохи, объединили идеи немецкого платтенбау и американского конвейерного строительства с предложениями Миллутина и Ле Корбюзье и, следуя им, коренным образом преобразили практически все города бывших союзных республик. Понятие стиля стало расплывчатым: современная архитектура, лишённая декора, сегодня имеет внестилевой характер, а ее проявления (конструктивизм, рационализм, минимализм, хай-тек) сложно назвать стилями, поскольку они не несут в себе какого-либо скрытого смысла. Такая архитектура не просто существует уже сотню лет, но и существенно теснит классическую, консервативную архитектуру. Но именно классическая архитектура, как часть историко-культурного наследия, остается отправной точкой для создания архитектурной среды, поскольку только так можно сохранить целостность архитектурного облика, который формирует у туристов общее впечатление о данном городе, и, следовательно, влияет на его благосостояние.

#### **Список использованных источников:**

1. Архитектура изменяющейся России: состояние и перспективы / под ред. И. А. Бондаренко. — М.: КомКнига, 2011. — 464 с.
2. Большой энциклопедический словарь. — Режим доступа: <http://www.vedu.ru/bigenedic/15828>
3. Вагин В. Социология города. — Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/Vagin/06.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Vagin/06.php)
4. Вебер М. Город. — Режим доступа: [http://www.glazychev.ru/bibliography/weber\\_gorod/weber\\_gorod.htm](http://www.glazychev.ru/bibliography/weber_gorod/weber_gorod.htm)
5. Градостроительство в России конца XIX – начала XX века. — Режим доступа: <http://art.sovfarfor.com/arhitektura/gradostroitelstvo-v-rossii-kontsa-xix-nachala-xx-veka>
6. Громова У. «Хрущевки» — попытка решения квартирного вопроса в СССР. — Режим доступа: [www.rmnt.ru/story/realty/353687.htm](http://www.rmnt.ru/story/realty/353687.htm)
7. Гутнов А. Э., Глазычев В. Л. Мир архитектуры. Лицо города. — М.: Молодая гвардия, 1990. — 350 с.
8. Дизайн архитектурной среды: Учебник для вузов / Минервин Г. Б., Ермолаев А. П., Шимко В. Т., Ефимов А. В., Щепетков Н. И., Гаврилина А. А., Кудряшев Н. К. — М.: Архитектура-С, 2006 — 504 с.

9. Иконников А. В. Искусство, среда, время. Эстетическая организация городской среды. — М.: Советский художник, 1985. — 334 с.
10. Кондрашина С. Московские проекты великого архитектора Ле Корбюзье. — Режим доступа: <http://www.m24.ru/articles/9157>
11. Косенкова Ю. Градостроительное мышление советской эпохи: поиск устойчивых структур. — Режим доступа: [http://www.alyoshin.ru/Files/publika/kosenkova/kosenkova\\_mish.html](http://www.alyoshin.ru/Files/publika/kosenkova/kosenkova_mish.html)
12. Ладовский Н. А. Проект планировки трудкоммуны «Костино» // Строительство Москвы. — 1929 — №7. — С. 14–17.
13. Ле Корбюзье. Архитектура XX века / под ред. К. Т. Топуридзе. — М.: Прогресс, 1977. — 303 с.
14. Линч К. Образ города. — Режим доступа: <http://www.glazychev.ru/books/translations/Linch/Linch.htm>
15. Ложкин А. Ю. Очерки о городской среде. Режим доступа: [http://archi.ru/press/russia/theme\\_current.html?tid=119](http://archi.ru/press/russia/theme_current.html?tid=119)
16. Милютин Н. А. Проблема строительства социалистических городов. — Москва–Ленинград: Государственное издательство РСФСР, 1930. — 81 с.
17. Новиков Ф. А. Формула архитектуры. — М.: Детская литература, 1984. — 144 с.
18. Проблема научного определения понятия «город». — Режим доступа: <http://boengo.com/Problema-nauchnogo-opredeleniya-ponyatiya-gorod-tb.html>.
19. Радионова Л. А. Город как социальная система. — Режим доступа: <http://freqlist.ru/sociologiya/gorod-kak-socialnaya-sistema-radionova/problema-definicii->gorod>-osnovaniya-opredeleniya-goroda.html>.
20. «Хрущевки» по-американски. — Режим доступа: <http://masteroff.ru/articles/sn.php?id=109>.
21. Шебек Н. Н. Основы дизайна архитектурной среды. — Киев: КНУСА, 2010. — 60 с.
22. Яргина З. Н., Хачатрянц К. К. Социальные основы архитектурного проектирования. Учебник для вузов. — М.: Стройиздат, 1990. — 343 с.

## **ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ЛИТЕРАТУРНЫХ ТУРОВ ЗА РУБЕЖОМ**

***Петрик Я. В.  
Пименова Е. Л.***

На сегодняшний день туризм представляет собой одну из наиболее интересных форм досуга, играющих заметную роль в расширении общих

знаний и, в частности, культурной эрудиции человека. Современный туризм можно дифференцировать на несколько типов (спортивный, курортный, экологический, многопрофильный и др.), в наши дни все больший размах и значение получает культурно-познавательный туризм, преследующий цели знакомства с культурно-историческим достоянием той или иной страны.

Культурный туризм — это социально-экономическое явление, отдых населения в путешествии вне постоянного места жительства с целью познания окружающего мира, процесс знакомства с особенностями истории, быта и достопримечательностями определенного города, страны или региона [5].

Доля культурного туризма составляет примерно 25 % от общего числа туристских прибытий, и по прогнозам эта доля будет увеличиваться. С ростом количества туристских поездок с культурно-познавательными и обучающими целями происходит постоянное расширение видов и форм культурного туризма.

В последнее время начинает развиваться такое понятие, как «литературный туризм». В Великобритании, Франции, США такой вид культурно-познавательного туризма набирает обороты с каждым годом. Эти страны, богатые литературными достопримечательностями, все больше привлекают туристов — любителей литературных произведений. Для нашей страны литературный туризм — направление сравнительно молодое. Поскольку литературные туры являются новым явлением, то прежде чем говорить об опыте и практике организации их в России и за рубежом, необходимо разобраться, что подразумевается под этим понятием.

Литературный туризм — это вид культурного туризма, связанный с местами и событиями, описываемыми в литературных произведениях, а также с жизнью авторов этих произведений [4].

Литературные маршруты могут строиться на основании нескольких критериев, среди которых наиболее популярными являются:

- адрес писателя (дом, квартира, музей);
- маршрут путешествий писателя;
- «адрес» литературного героя;
- «маршрут» литературного героя;
- город-прототип для литературного города;
- «locus poesiae» — место «разыгрывания» литературного сюжета;
- «литературное гнездо» — места социально-культурной жизни литературного сообщества;
- внетекстовые реалии (туристская инфраструктура) [6].

«Литературные» туристы интересуются тем, как окружающая среда оказывала влияние на создание того или иного произведения, так же как

и само произведение создавало ту окружающую среду. В странах, практикующих литературные туры, существуют специальные литературные гиды, литературные карты, литературные туры.

Остановимся поподробнее на нескольких зарубежных литературных турах, пользующихся наибольшей популярностью в кругах библиоманов.

#### 1. По следам Гарри Поттера.

С выходом в свет книг Джоан Роулинг о Гарри Поттере на литературной карте Великобритании появились новые маршруты и достопримечательности. Самая известная из них находится на Лондонском вокзале — это платформа № 9¾. Именно с нее отправлялся поезд, увозивший Гарри и его друзей в Хогвартс. С ее посещения начинается и комбинированный экскурсионный тур по следам героев Джоан Роулинг. Роль школы волшебников в нем отведена помещению Оксфордского университета, самое знаменитое из которых — это Большой зал, который отсылает поклонников юного мага к Обеденному залу Хогвартса. До Оксфорда экскурсантов доставляет машина или микроавтобус (в зависимости от размера группы). Также в маршрут включен Лондонский зоопарк и Лиденхолл-маркет.

#### 2. По следам хоббитов.

Успех видеотрилогии «Властелин колец», основанной на книгах профессора Толкиена и претворенной в жизнь на киноэкранах Питером Джексоном, обеспечил успех и новозеландскому литературному туризму. Тысячи туристов ежегодно стекаются в «Средиземье», чтобы увидеть, где обитали гномы, эльфы, гоблины, пройтись там, где шли отважные хоббиты, стремясь уничтожить злосчастное кольцо.

С 2001 года туры по волшебному миру предлагает компания Southern Lakes Sightseeing (Достопримечательности Южных Озер), которая базируется в Квинстауне. Программа на целый день «Дороги Средиземья» позволит оказаться в нескольких местах, где снимался фильм.

#### 3. По следам вампиров.

Поклонники и любители кинофильма «Сумерки», снятых по книгам Стефани Майер, съезжают со всего мира в дождливый городок Форкс в штате Вашингтон, где желают приобщиться к вампирской культуре. На улицах продаются «Белла-бургеры», а вскоре планируется открытие ресторана «Сумерки», в котором «кровь», наверняка, станет фирменным напитком. Туристам в Форксе раздаются карты и брошюры, персонал обучен изъясняться на языке «Сумерек», создавая необходимую атмосферу.

#### 4. По следам одинокой путешественницы.

Бестселлер Элизабет Гилберт «Ешь, молись, люби», в киноверсии которого главную роль исполняла Джулия Робертс, тоже вызвал взрыв литературного туризма. И, кстати, не только литературного. Многие туристические агентства отмечали увеличение одиночных женских путешествий. Официальная туристическая компания (партнер фильма) STA Travel



находится в США и предлагает 21-дневное путешествие по следам Гилберта в три страны или 5–8-дневное путешествие в одну страну по выбору. По следам Гилберта означает, что в Риме вас поведут по магазинам и кафе, в которых отъедалась героиня после развода и неудачной любви, в Индии «заставят» помолиться в священных местах, а на Бали — расслабиться и насладиться жизнью.

#### 5. По следам журналиста и хакера.

Популярная трилогия Стига Ларссона «Девушка с татуировкой дракона» была опубликована в 2005 году в Швеции вскоре после смерти автора в ноябре 2004. В 2009 силами объединившихся скандинавских стран (плюс Германия) был снят фильм, покоровший сердца миллионов. Он вызвал увеличение числа туристов в Стокгольме. Появились туры по следам главных героев трилогии — журналиста Микаэля Блумквиста и хакера Лисбет Саландер. Например, пеший экскурсионный маршрут, предлагаемый Стокгольмским городским музеем, включает в себя вполне реальные дома, в которых жили персонажи Ларссона, офис издательства «Миллениум» и многие другие места, описанные в романах. Поклонникам творчества шведского писателя также расскажут о дополнительных фактах из его биографии и из истории написания произведений. Желающим посетить места за пределами города (как, например, летний домик Блумквиста в Сандхамне) выдают подробные карты.

#### 6. По следам Шекспира.

Людям более старшего поколения наверняка будет интересна поездка в Англию в поисках литературных следов Уильяма Шекспира, английского поэта и драматурга, гения, пользующегося невероятной популярностью и через 400 лет после своей смерти.

Хорошей отправной точкой для литературного тура станет родина писателя — Стратфорд-на-Эйвоне, где можно посетить Центральную библиотеку имени Шекспира, в которой хранится коллекция работ, отражающих его жизнь, работу и времяпровождение, а также оригинальные издания пьес, начиная с 1623 года. Достойной остановкой в Лондоне станет Шекспировский театр Глобус. Театр Глобус, где Шекспир в составе театральной группы ставил свои пьесы, сейчас реконструирован в театр под открытым небом.

#### 7. По следам героев Харуки Мураками.

Харуки Мураками при жизни снискал себе литературную славу, по своим масштабам вполне сопоставимую с той, что была в свое время у классиков японской литературы — Рюноске Акутагавы и Юкио Мисимы. В его произведениях сюрреализм может прекрасно уживаться с серьезным философским взглядом и тонкой психологической проработкой персонажей. При этом места действия практически во всех случаях существуют в реальности и совершить путешествие по следам того или иного героя не

составляет труда. После выхода фильма «Норвежский лес» наибольшей известностью пользуется маршрут по мотивам романа. Он включает в себя университет, в котором учился главный герой книги — Тоору Ватанабэ, закрытую клинику «Амире» рядом с Киото, где лечилась Наоко, и многие другие места, отсылающие к определенным моментам в книге. Путешествие по маршруту «Норвежского леса» можно совершить как в составе специального комбинированного экскурсионного тура, так и самому.

#### 8. По маршруту Дон Кихота.

Так называемая «Тропа Дон Кихота» появилась в качестве полноценного маршрута не так давно — в 2005 году, в канун празднования 400-летия издания первого тома романа. По нему регулярно проводятся комбинированные экскурсионные туры. Путь Рыцаря печального образа начинается в Толедо и заканчивается в небольшом городке Атьенсе, пересекая территорию всего автономного сообщества Кастилия — Ла-Манча. Что наверняка порадует путешественников, так это то, что со времен Сервантеса многие виды на «Тропе Дон Кихота» не претерпели значительных внешних изменений, а знаменитые кастильские мельницы все также величественно возвышаются над местностью. Да и толп туристов на «Тропе Дон Кихота» почти не бывает даже в сезон.

#### 9. По следам Холдена Колфилда.

Вокзал Гранд-централ, Музей естественной истории, отель «Эдмонтон» и, конечно, Централ-парк со знаменитым озером... За этими местами легко угадываются точки маршрута самого известного литературного бунтаря — Холдена Колфилда. Вышедший 60 лет назад роман Джерома Д. Сэлинджера «Над пропастью во ржи» до сих пор заставляет читателей всего мира задаваться вопросом: «Куда улетают утки зимой?». А Манхэттен, по которому гуляет Холден, не так уж сильно изменился с тех пор. Те же музеи, дома и улицы — только реклама, машины и одежда на людях другие. Путешествие можно совершить, как четко следуя маршруту, указанному в книге, так и разбив его на несколько частей. Но вне зависимости от того, какой путь и способ передвижения выбраны, лучшее время года для прогулки по Нью-Йорку Колфилда — декабрь, а если быть точным, то рождественские каникулы.

#### 10. По маршруту бравого солдата Швейка.

Протяженности маршрута Бравого солдата Швейка могут позавидовать многие литературные персонажи: он проходит почти по всей бывшей территории Австро-Венгерской империи и пересекает границы шести стран (Чехия — Австрия — Венгрия — Словакия — Польша — Украина). Там, где Швейк успел побывать, он сумел оставить о себе добрую память. Об этом свидетельствуют памятники и таблички в его честь, которые есть чуть ли не в каждом городе на всем протяжении его длинного маршрута. Что примечательно, полноценного экскурсионного тура, который смог бы

полностью охватить его, не существует — только местные литературные экскурсии.

11. По следам героев Джойса.

На улицах Дублина разворачивается эпическая одиссея Леопольда Блума, описанная в одном из лучших романов прошлого века — «Улисс». Его маршрут уже давно стал одной из главных достопримечательностей города. На стенах тех мест, где побывал Блум, установлены памятные таблички с цитатами из книги, так что повторить его маршрут не составит большого труда, даже если под рукой нет подробной карты.

Особенно рекомендуется посетить Дублин 16 июня, когда поклонники писателя отмечают Блумсдэй — день действия «Улисса». В это время на дублинских улицах можно увидеть сотни людей, которые идут по следам Блума и устраивают читки романа.

Туристическое интернет-сообщество Tripadvisor составило список десяти главных литературных городов. В их число вошли:

1. Лондон (Диккенс)
2. Стратфорд-он-Эйвон (Шекспир)
3. Эдинбург (Артур Конан Дойл)
4. Дублин (Джеймс Джойс)
5. Нью-Йорк (Артур Миллер)
6. Конкорд, штат Массачусетс (Луиза МэйЭлкотт)
7. Париж (Виктор Гюго)
8. Сан-Франциско (Аллен Гинсберг)
9. Рим (Виргилий)
10. Санкт-Петербург (Достоевский) [4].

Безусловно, это список можно дополнить, ведь гениальных писателей в России было много: Москва (Булгаков), Таганрог (Чехов), Воронеж (Бунин) и т. д.

Неоспорим тот факт, что сегодня литературный туризм переживает определенный подъем, помимо зарубежных практик складываются традиции российского литературного туризма, с каждым днем появляется все больше новых туристических маршрутов. Литературные маршруты можно рассматривать как средство более доступного объяснения, конкретизации и иллюстрации жизни и творчества писателя, а также как способ непосредственного знакомства с культурным наследием страны, тем самым укрепляя единое культурное пространство.

#### **Список использованных источников:**

1. Аванесова Г. А. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник / Галина Аванесова. — М.: Аспект Пресс, — 2002. — 368 с.
2. Мошняга Е. В. Международный культурный туризм как фактор межкультурной коммуникации // Все о туризме. Туристическая библиотека

- [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Все о туризме — Туристическая библиотека, сор. 2002–2014. — URL: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/moshnyaga.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/moshnyaga.htm), свободный.
3. Новиков В. С. Инновации в туризме // Все о туризме. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Все о туризме — Туристическая библиотека, сор. 2002–2014. — URL: [http://tourlib.net/books\\_tourism/novikov25.htm](http://tourlib.net/books_tourism/novikov25.htm), свободный.
  4. Новый вид путешествий — литературный туризм // Интерфакс [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Interfax, сор. 1991–2014. — URL: <http://www.interfax.ru/tourism/tourisminf.asp?id=28959&se=1472>, свободный.
  5. Основы туристской деятельности : учебник для учащихся тур. лицеев и колледжей. — М. — 1992. — 203 с.
  6. Фирсова А. В. Литературный туризм как продукт культурного картирования / А. В. Фирсова // Вестник Удмуртского университета. Биология. Науки о Земле. — 2012. — №2. — С.142–148.

## **НАЦИОНАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ ИМЕНИ КУЗЕБАЯ ГЕРДА — ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

*Бузмакова Н. А.*

Практически с момента своего основания краеведческий музей Удмуртии (ныне Национальный музей УР им. К.Герда) был одним из крупнейших музеев края. Богатейшие коллекции, интересные выставки были привлекательны для туристов. Музей активно сотрудничал с фирмой «Спутник», которая регулярно привозила туристов из разных уголков СССР. В 90-годы музей работал с фирмой «Интерсервис» по обслуживанию иностранных туристов. В дальнейшем для туристической фирмы «Волга-Урал-вояж» была разработана презентационная программа по истории и культуре удмуртского народа, ориентированная на иностранных туристов.

Впоследствии на протяжении несколько лет партнером музея стала фирма МДС-Тур, для которой была разработана специальная программа «Становление государственности Удмуртской Республики: этапы и пути развития». Экскурсантами были лучшие учащиеся 25 районов Удмуртии. Они знакомились с историей государственности Удмуртии, современным политическим устройством, государственной символикой.

На сегодняшний день география принимаемых туристских потоков такова: турагентства Пермского края, Набережных Челнов, местные турфирмы — Ижевска, Можги, Сарапула, туристы из гг. Москвы, Санкт-

Петербурга, Ростова-на-Дону, Волгограда, Омска, Екатеринбурга, Казани, Свердловской области, отдельные иностранные гости, совершающие деловые поездки по приглашению различных организаций.

Сегодня туристы, посещающие музеи, прежде всего, знакомятся с исторической экспозицией. Разделы экспозиции:

– «Древняя и средневековая история края VIII тыс. до н. э. XV в н. э.»



– «Удмурты XVI – н. XX вв.», национальная культура является одним из брендов Удмуртии и как показывают отчеты музея — это самая посещаемая выставка, которая знакомит с историей и культурой удмуртского народа. На выставке проводятся театрализованные экскурсии, мастер-классы, знакомство со свадебным обрядом через увлекательное путешествие по удмуртской деревне.



– Следующий раздел экспозиции:»Промышленность. Города 2 пол. XVIII – нач. XX вв.».



Регулярно в музее открываются новые выставки, в том числе к юбилейным датам. В этом году к 70-летию Победы открылась выставка «Этот день мы приближали, как могли».



Для туристов разработаны обзорные экскурсии по Ижевску разной тематики «Ижевск — мой город», «Ижевск — Арсенал Победы».

В течение последних двух лет музей активно сотрудничает с туристической фирмой «Индустрия путешествий». С фирмой заключен долгосрочный договор по обслуживанию туристов. По заявке турфирмы была разработана театрализованная экскурсия по городу Ижевску «Провинциальные истории» и квест-игра «Путешествие в прошлое», которая проходит в музее и квест-игра «Тайны Арсенала», которая включает уличное пространство у музея и экспозиционные залы.



Подобные мероприятия рассчитаны и на взрослую аудиторию. Для школьников разработаны и апробированы мероприятия, включающие элементы театрализации и виртуального путешествия. Это «День лицеиста» или «Пушкинские дни в музее».



Сейчас квест очень популярен. Да и само здание Арсенала создает настроение тайны, которую надо раскрыть, и экскурсантов очень увлекает поиск, например, клада, который они, в конце концов, обнаруживают, спрятанным в одном из залов экспозиции. Таким образом, познание истории края происходит через занимательную игру. Также музеем проводится игра — викторина под названием «Музейный лабиринт» в форме путешествия с интерактивными моментами.

При открытии новых выставок, появлении новых форм работы музей проводит презентационные мероприятия для директоров и сотрудников туристических фирм, где предьявляет новые возможности для сотрудничества. Хотелось бы, чтобы наши новые мероприятия были востребованы на рынке туристических услуг. У Национального музея существуют ресурсы для развития туризма — это наличие экспозиции, квалифицированные специалисты музейного дела и разработанные программы.

Ежегодно музей участвует во Всероссийской специализированной выставке «Спорт. Туризм. Отдых», где музей презентует новые выставки и мероприятия.



Если говорить о статистике среди посетителей музея — это по-прежнему школьники, родители с детьми. Мы заинтересованы в привлече-

нии большего количества туристов. Это обязывает музей развиваться и использовать все более новые формы работы. Для музея — это расширение тематики экспозиций, обращение музеев к непредметным формам бытования культурного наследия — фольклору, ритуалу, ремеслам, включая мастер-классы, театрализованные экскурсии. Эти формы работы наиболее интересны посетителям. Сегодня для туристов разрабатываются специальные программы, ориентированные на возраст и цель посещения. Для нашего музея актуальными стали синтетические, игровые, виртуальные программы.



Синтетическая программа «Мелодия небесной росы» связана с использованием аутентичной музыки в этнографической экспозиции музея и строится как развитие единой исторической и эмоциональной темы. В музейном пространстве создана интерактивная площадка, где звучит крезь, кубыз — удмуртские музыкальные инструменты. На мероприятия программы собирается молодежь, которой хочется послушать уже забытые мелодии и попробовать поиграть самостоятельно, а в дальнейшем и создать собственными руками личный инструмент.

На сегодняшний день на рынке туристических услуг существует достаточно много интересных предложений. Национальный музей по-прежнему востребован. Он предоставляет качественную услугу современному посетителю, показателем служат отзывы из разных уголков страны и из-за рубежа:

«Музей замечательный, столько представлено интересных экспонатов и очень хорошо представлена история Ижевска и Удмуртии. Посетители из Казани. 3.01.15 г.»

«Мы гости из Волгограда восхищены гостеприимством жителей города и отличными экспозициями музея!»

«Спасибо за выставку «Планета «ИЖ» — моторы и люди» и душевные рассказы. Айкидо клуб г. Шахты Ростовской области.

«Спасибо из Греции!». Спирос.

– « Я прибыл в Удмуртию в музей Ижевска из Австралии. История удмуртского народа богата и колоритна. Прекрасный народ!»





В ноябре 2015 года музей порадует своих посетителей новой экспозицией «Природа Удмуртии». На экспозиции будет представлено более 1000 предметов из фондов музея, раскрывающих историю флоры и фауны Удмуртии с доисторических времен до сегодняшнего дня. Посетители увидят копию скелета шерстистого носорога, обитавшего на территории края 60–40 тыс. лет назад. Для семейной и детской аудитории будут работать интерактивно-познавательные зоны.

К Международному дню музеев 18 мая планируется проведение ночных путешествий по экспозиции «Природа Удмуртии». Посетителям будет предложено путешествие по ночному лесу, где можно услышать звуки природы: уханье филина, ночной полет летучей мыши, «встретиться» с представителем древней фауны шерстистым носорогом и услышать его трубный зов.

В дальнейшем в планах музея заключение партнерских договоров с туристическими фирмами. Приглашаем всех к сотрудничеству. Нам есть, что показать туристам.

В 2015 году 20 ноября музей будет праздновать 95-летие со дня основания. К юбилею будет открыта выставка «Достояние республики», где будут представлены самые интересные предметы из фондов музея. Приглашаем жителей Удмуртии и гостей столицы познакомиться с новыми выставками музея.



## **РАЗДЕЛ 6**

### **ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ И ПРОДВИЖЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРПРОДУКТА**

#### **ОПЫТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКО- ИНФОРМАЦИОННОГО ЦЕНТРА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)**

*Урасинова Е. О.,  
Саранча М. А.*

Туризм сегодня рассматривается как существенная составляющая инновационного развития Российской Федерации.

В соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. N 1662-р, разработана Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года., где определены основные цели, задачи, принципы и направления государственной политики в сфере туризма, в рамках которой серьезного внимания требуют вопросы формирования комфортной информационной туристской среды, для решения которых необходимо:

- разработка единого подхода к информационной работе с туристами;
- разработка, внедрение и развитие единой унифицированной системы туристской навигации;
- создание в каждом регионе туристских информационных центров в необходимом количестве и развитие их деятельности путем разработки стандартов и повышения качества обслуживания, межрегиональной кооперации работы таких центров;
- создание банка информационных материалов по туристским ресурсам Российской Федерации и обеспечение доступа к нему потенциальных туристов.

Развитие внутреннего и въездного туризма за последние десять-пятнадцать лет способствовало созданию на территориях предприятий различной организационной и правовой формы, выполняющих функции информирования прибывших и потенциальных гостей территорий о туристских возможностях дестинации. По содержательной составляющей деятельности все эти предприятия можно отнести к информационно-туристским центрам и пунктам.

Следует создать банк информационных материалов по туристским ресурсам Российской Федерации и обеспечить доступ к нему потенциальным туристам. Решению этой задачи будет способствовать централизация усилий по продвижению туристских ресурсов регионов Российской Федерации путем расширения функционального содержания национального туристского портала в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», который должен объединять функции средства массовой информации в сфере внутреннего и въездного туризма, архива информационных материалов, национальной системы бронирования туристских услуг, социальной сети, инструмента мониторинга, сбора и анализа данных о потребительском спросе на туристские услуги и отзывов об их качестве, образовательного и культурно-развлекательного ресурса.

В настоящее время ярко выражена потребность в систематизации накопленного опыта их работы и выработке общих правил и подходов к организации деятельности и взаимодействию информационно-туристских структур России.

Мировой опыт развитых с туристической точки зрения городов показал, что туристско-информационные центры в любой точке планеты являются основным инструментом предоставления и получения гостями информационных сервисов, которые дают возможность комфортного и качественного пребывания человека вне места его постоянного жительства.

Созданный в июне 2007 года Туристско-информационный центр (далее — ТИЦ) г. Казани не является исключением — и одной из основных задач явилось создание системы современной и удобной информационной поддержки для туристов и гостей города.

Реализация этой задачи позволила собрать полную и, что особенно важно, постоянно актуализируемую базу данных о:

- средствах размещения — отелях, санаториях, хостелах;
- объектах питания и развлечений: кафе, ресторанах, развлекательных комплексах;
- туроператорах города и их турпродуктах;
- достопримечательностях и музеях, в том числе туристически значимых городов Татарстана;
- действующих объектах религиозной направленности: мусульманских, православных, иных вероисповеданий;
- местах продажи сувенирной продукции;
- культурных событиях, проводимых в городе и республике;
- транспортной инфраструктуре города;

В настоящее время Туристско-информационный центр г. Казани имеет 2 офиса на центральных улицах города — Кремлевской и Пушкина. Второй офис открыт в мае 2010 года и выполняет функции Экскурсионного центра.

Важно, что оба офиса Туристско-информационного центра г. Казани предоставляют комплексное информационное обслуживание казанцев и гостей города на русском, татарском, турецком, английском и немецком языках. По статистике число обращений в офисы ТИЦ г. Казани составляет еженедельно от 50 до 550, из которых не менее половины — обращения иностранцев.

По итогам социальных опросов сотрудников Казанского Туристско-информационного центра была проведена выборка наиболее востребованных запросов:

1. на каком виде общественного транспорта можно добраться в аэропорт, расписание движения и маршрут, а также время и место начала и окончания движения. Маршрут есть, а информации доступной о нем нет нигде!

2. как самостоятельно добраться до Раифы и Свияжска — имеется в виду как общественный транспорт, так и маршрут на собственном транспорте. Здесь хотелось бы отметить, что для автотуристов необходимо создание системы информации, а может быть и офисов ТИЦ, при въезде в города и исторические территории Татарстана, где можно получать необходимую туристскую информацию, воспользоваться интерактивной картой, получить дополнительные сервисы — например, такие как приобретение местной сим-карты. И все это — как вариант — на автозаправке пока управляется автомобиль.

3. также много запросов у гостей города где пообедать и попробовать национальную кухню;

4. где расположены достопримечательности и музеи: интересуется как пройти и режим работы;

5. запрашивают схему движения общественного транспорта — очень много запросов от иностранцев;

6. где найти экономичное размещение (от 400 до 750 руб.)

7. репертуар театров, концертных площадок города, календарь игр спортивных команд и где можно приобрести билеты.

Дистанционно информацией, которой владеет Туристско-информационный центр, может воспользоваться любой желающий посредством Официального туристского портала г. Казани [www.gokazan.ru](http://www.gokazan.ru) (или его англоязычной версией [www.gokazan.com](http://www.gokazan.com)). Данный сайт, по отзывам туристов, а также специалистов в области разработки сайтов является одним из лучших в России, тем не менее, хотелось бы, чтобы подобного уровня сайт имел каждый город, что позволило бы увеличивать туристические потоки.

В целях обеспечения гостей города более полной информацией с мая 2008 года ТИЦ осуществляет ежемесячный выпуск «Туристской карты города Казани» и бесплатное ее распространение в Международном аэропорту «Казань» (5 стоек) и в отелях города (60 отелей). За 2,5 года ежеме-

сячный тираж карты увеличился с 5 до 20 тыс. экземпляров. Данный проект весьма востребован гостями города, и может использоваться как носитель для доведения информации о культурных, спортивных и иных событиях, а также располагать на полях карты справочные телефоны для туристов.

Через отели города Казани, которые являются очень удобным средством туристкой навигации, предоставляется туристам еженедельная «Афиша города» (новый проект — запущен с 1 ноября 2010) и также КАЖДЫЙ гость отеля получает красочный флаер с информацией о регулярных экскурсиях и режиме работы Экскурсионного центра.

Таким образом, осуществляя свою повседневную деятельность Туристско-информационный центр г. Казани, как таковой, является мощным инструментом туристской навигации и чем больше подобных офисов будет как в Татарстане, так и во всех регионах России, тем более качественным и комфортным будет пребывание гостей!

Период эффективного применения экстенсивных приемов развития и продвижения регионов на основной массе территорий закончен. Приобретен первичный опыт и навыки работы. Поставленную задачу можно воплотить в реальность на основе деятельности и объединенных в единую национальную систему ТИЦ России.

Процессы в экономике, в особенности на фоне мирового экономического кризиса, недвусмысленно свидетельствуют о том, что важную нишу возможных доходов государства от развивающейся сферы туризма займут те территории, которые выигрывают «борьбу за туриста», привлекут к себе большее количество отдыхающих и удержат их на территории на максимально возможное время.

#### **Список использованных источников:**

1. Официальный портал Республики Татарстан: [www.tatarstan.ru](http://www.tatarstan.ru).
2. Официальный сайт Туристско-информационного центра Республики Татарстан <http://kazantravel.ru/>.
3. Путеводитель по Республике Татарстан, 2014 г.
4. Сайт Официальный гид Казани: <http://gokazan.ru/>
5. Сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации: <http://www.russiatourism.ru/>.
6. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года, Москва 2014г. — 109 с.

## **ВЫСТАВОЧНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ И ИХ РОЛЬ В ПРОДВИЖЕНИИ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ**

*Стремоусова Е. В.,  
Бекметова А. Р.*

В настоящее время имидж является одним из основных факторов восприятия территорий. Каждый регион имеет свой имидж, являющийся результатом его достижений в социальной, культурной, политической, экономической, демографической, образовательной, исторической и других сферах деятельности. Эффективность существования и развития дестинации во многом зависит от степени ее присутствия в информационном пространстве. Важность использования технологий создания и изменения имиджа территории в большей степени объясняется глобализацией, информатизацией и рыночной конкуренцией. Благодаря сформированному и актуализированному имиджу район получает общественно-политическую, культурно-познавательную, историческую и инвестиционную привлекательность.

По отношению аудитории к региону выделяют:

- Внешний имидж дестинации, который отражает представления ее потенциальных посетителей. Данный тип имиджа, как правило, создается за счет имеющейся информации о регионе.
- Внутренний имидж — то, как воспринимают территорию ее местные жители. Он создается на основе непосредственного чувственного опыта человека, а потому зависит от уровня жизни, архитектуры, развития инфраструктуры и других факторов. Небольшое влияние на этот тип имиджа оказывают информационные потоки. Часто внешний и внутренний имидж не совпадают, так как источники их формирования различаются.

По реальности существования:

- Объективный (реальный) имидж представляет собой впечатление о территории, сложившееся у внутренней и внешней аудитории.
- Субъективный отражает представления руководящих структур территории о восприятии региона его жителями, а также их представление о видении их региона внешней общественностью.
- Моделируемый имидж — тот, что формирует команда специалистов и руководитель территории.
- По сфере формирования существует экономический, социальный, политический, культурный, туристский, экологический типы имиджа.
- По уровню информации выделяют:
- Социально-экономический тип имиджа, который показывает представление о территории с позиции ее благополучия.
- Деловой тип, рассматривающий конкурентоспособность дестинации на внешнем рынке.

- Бытовой тип, отражающий образ региона в глазах широкой общественности.
- Источниками формирования имиджа выделяют:
- Естественный, органичный имидж, который формируется, основываясь на информации, полученной из различных источников. Такими источниками могут быть образовательные материалы, массовая культура (фильмы), знакомые, средства массовой информации и пр. Данный тип имиджа также носит название спонтанного.
- Вынужденный имидж создается под влиянием маркетинговой активности территории. Отличие между вынужденным и естественным имиджем состоит в степени влияния на его формирование специалистов в области маркетинга.

По носителю выделяют имидж территории в сознании человека, который никогда ее не посещал, и имидж в сознании туриста, уже посетившего дестинацию.

Ф. Котлер и его соавторы в книге «Маркетинг мест» рассматривают шесть видов (состояний) имиджа территории [1]:

1. Излишне привлекательный имидж подразумевает, что развитие туризма на таких территориях может повлечь негативные последствия, к примеру, экологические загрязнения, утрата самобытности местной культуры воздуха и т. д.

2. Позитивный имидж предполагает, что целевая аудитория воспринимает регион как привлекательную дестинацию, место жительства, объект инвестирования. Возможно, однако, что позитивный имидж имеется лишь в одной из сфер, к примеру, территория, располагающая к отдыху, может казаться непригодной для проживания.

3. Регионы со слабым имиджем не имеют широкой известности в связи с низкой маркетинговой активностью, отсутствием привлекательных для туристов объектов, либо их уникальность выражена слабо.

4. Противоречивый имидж предполагает наличие противоречащих друг другу характеристик и ассоциаций. Как правило, подобные противоречия появляются тогда, когда территория уже успешно справилась со своими проблемами, но эта информация не доведена до сведения общественности и целевых аудиторий.

5. Негативный имидж, который часто продолжает существовать даже после того, как его первопричины уже не имеют отношения к реальности. В качестве примера можно привести итальянский город Карлеоне, известный на весь мир тем, что является сосредоточием мафиозных структур.

6. При смешанном имидже территория одновременно обладает позитивными и негативными чертами. Например, некоторые территории, обладающие высокой туристской привлекательностью, отпугивают туристов военными конфликтами, природными катастрофами, низким уровнем сервиса.

На основе своих ресурсов и потенциала каждого типа имиджа необходимо формировать определенные маркетинговые задачи по формированию имиджа и продвижению территории.

Маркетинг имиджа территории не требует кардинальных изменений инфраструктуры и создания иных реальных преимуществ региона помимо имеющихся, он сфокусирован на улучшении коммуникативных аспектов, информации и пропаганде уже существующих факторов притягательности.

Продвижение туристских территорий являет собой комплекс многочисленных методов, способов и инструментов, которые дают возможность с успехом представить туристический продукт на рынках, стимулируют продажи и формируют лояльно настроенную общественность. Комплекс этих методов в большей степени нацелен на доведение до субъектов туристического рынка и потенциальных потребителей информации о наличии тура и его конкурентных преимуществах, увеличение доли рынка и охват новых сегментов целевой аудитории, побуждение этих сегментов к посещению продвигаемой территории, создание деловых коммуникаций.

Выставочные мероприятия являются одним из маркетинговых инструментов, они дают возможность получить огромные объемы технической, коммерческой, экономической и организационной информации при относительно доступной стоимости их организации.

Как правило, выставки и ярмарки — это сложные комплексные мероприятия, содержащие в себе презентацию экспонатов и встречи в рамках деловой программы — конференции, семинары, «круглые столы» и т. д.

Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации определяет выставки и ярмарки как мероприятия рыночного характера, где участники демонстрируют образцы производимых ими товаров и услуг [2]. Презентуя выставочные экспонаты по большей степени обычным посетителям, которые не являются специалистами в отрасли, предприятия, принимающие участие в выставке, показывают и реализуют определенные товары и услуги одной или нескольких отраслей, либо доводят до посетителей информацию с целью содействия сбыту товаров

Участие в выставочных мероприятиях является мощным и эффективным способом создания маркетинговых коммуникаций территории. Данные мероприятия представляют собой самостоятельное направление коммуникационной деятельности, участие в них предполагает использование сложной единой совокупности методов и приёмов таких основных элементов комплекса маркетинговых коммуникаций, как реклама (печатная, щиты, выставки и т. д.), пропаганда, личная продажа (работа стендистов), стимулирование сбыта (раздача сувениров, предоставление скидок и т. п.).

Кроме того выставочно-ярмарочные мероприятия предоставляют возможность презентовать возможности путешествий в тот или иной регион, заинтересовать потенциальных потребителей предлагаемыми туристскими



продуктами или услугами, создать более разнообразное представление туристов о территории, проинформировать их о туристской политике и мерах, которые имеют своей целью обеспечение устойчивого развития туризма. Также сформируются деловые коммуникации с представителями туристских администраций, организаций и предприятий, заключить договоры о сотрудничестве, устанавливаются контакты с представителями средств массовой информации, использовать возможность расширить представления потребителей о туристском потенциале территории. Проходит ознакомление с опытом организации туризма и его рекламы. Экспонент может сделать анализ предложений конкурентов, туристские продукты которых обладают аналогичными или близкими характеристиками, что и территория, презентуемая экспонентом, определить реальный спрос на конкретные туристические услуги, спрогнозировать развитие спроса на них.

Согласно мировому опыту выставки принято классифицировать по таким основным критериям, как географический состав участников, тематика, значимость выставки для экономики населенного пункта, региона или страны, территориальный критерий, сроки и способы организации, а также частота проведения [3].

По географическому составу участников различают следующие выставки:

- всемирные, которые представляют собой международные мероприятия, презентующие достижения стран в области экономики, науки, техники и культуры. В частности, к таким выставкам относятся всемирные универсальные выставки «ЭКСПО»;
- международные, которые отличаются участием в них предприятий из разных стран. При этом количество иностранных экспонентов должно составлять не менее 10 % от общего числа участников, а выставочное оборудование, предоставляемые товары и услуги должны соответствовать международным стандартам;
- мероприятия с международным участием, где количество иностранных экспонентов составляет менее 10 % от общего числа участников;
- национальные, в которых принимают участие предприятия и организации одной конкретной страны;
- межрегиональные, презентующие товары и услуги предприятий, которые представляют несколько регионов;
- местные, которые также называются региональными, предполагающие участие предприятий и организаций лишь из того города или региона, где непосредственно организуется выставочное мероприятие.

По отраслевому критерию выставки подразделяются следующим образом:

- универсальные, которые также называются общепромышленными;
- специализированные, напротив, являющиеся многоотраслевыми или отраслевыми, представляющие различные виды деятельности [4].

Кроме того, любые выставочные мероприятия классифицируются по экономическому значению: региональные, межрегиональные, национальные и международные [5]. Сфера действия региональных выставок составляет 100 км. Они охватывают одну или несколько отраслей, экспонентами главным образом являются малые предприятия и организации. Национальные выставки презентуют достижения целой страны в нескольких отраслях или в одной комплексной отрасли. Они проводятся на территории страны, но возможно проведение и за ее пределами. Международные выставки могут быть организованы как внутри страны, так и за рубежом, иностранные организации также могут выступать в качестве экспонентов (от 10–15 % от общего числа участников).

Согласно территориальному критерию различают выставки, проводимые внутри страны, и выставки, проводимые на территории других стран.

По срокам и способам организации выделяют следующие мероприятия: краткосрочные и передвижные выставки, а также торговые недели. Краткосрочные выставки, они же соло-выставки, проводятся в течение периода, не превышающего трех недель. Они могут быть универсальными или специализированными. Передвижные выставки организуются посредством использования разнообразных транспортных средств, будь то морское судно, автомобильный фургон, железнодорожный или авиатранспорт. Часто подобные выставки работают в режиме ярмарок, то есть реализуют выставочные образцы. Третий тип выставочных мероприятий — выставочные недели, являющиеся сравнительно новым. Они проводятся в крупных магазинах или гипермаркетах с целью демонстрации и продажи товаров и услуг.

Существует также классификация по такому критерию, как частота проведения. Выделяют:

- периодические выставки, которые организуются каждые два года или реже, однако регулярно;
- ежегодные, частота проведения которых, как видно из названия, составляет 1 раз в год;
- сезонные, проводимые несколько раз на протяжении года, — в теплый и холодный сезон, либо четыре раза в год (по четырем временам года). Частота проведения выставки зависит от того, какую продукцию она демонстрирует, каковы условия конкуренции.

Организационные формы выставочных мероприятий довольно разнообразны и могут удовлетворить практически любые маркетинговые запросы субъектов рынка. На сегодняшний день система выставочно-ярмарочных услуг включает в себя более чем 30 типов мероприятий.

Конгрессные мероприятия — съезд, собрание, проводимые, как правило, по вопросам международного значения; являются важной частью деловой программы мероприятий; имеют комплексную структуру, широкую географию участников, общественный резонанс.

Форум — представляет собой массовое собрание или съезд. По структуре и технологии проведения и подготовки похож на конгрессные мероприятия.

Конференция являет собой крупное собрание, совещание представителей каких-либо стран, организаций, предприятий. Данному мероприятию присуща более практическая, научная направленность, оно является более однородным по структуре и совокупности вынесенных на обсуждение проблем. Является традиционным типом мероприятий деловой программы выставки.

Семинар является групповым занятием по специальной подготовке с целью повысить квалификацию. Он имеет практическую, методическую направленность, число участников более ограничено. Семинар — довольно распространенный тип выставочного делового мероприятия.

Симпозиум представляет собой совещание, конференцию по конкретной научной проблеме. Темой симпозиума может стать узкоспециальный аспект двусторонних отношений, экономических и деловых коммуникаций. Данное деловое событие предусматривает аудиторию, состоящую из слушателей-специалистов конкретной отрасли.

Круглый стол — это дискуссия или обсуждение по актуальной проблеме, вопросу, теме, событию. Принципом проведения этого мероприятия является равноправие участников.

Кроме того, в рамках деловой программы проводятся профессиональные «цеховые» мероприятия, организуемые в виде совещаний, заседаний различных организаций, специальных показов, презентаций и демонстраций.

Совещание являет собой заседание или собрание, темой которого является обсуждение конкретного вопроса, носящего, как правило, отраслевой характер. Участники этого мероприятия получают наглядные демонстрационные материалы.

Заседание организаций (профессионального клуба, объединения, союза) — мероприятие, организованное для определенной аудитории по поводу обсуждения тем, непосредственно относящихся к деятельности и входящих в компетенцию заседающих организаций. Оно выступает важным инструментом привлечения сегментов целевой аудитории, потому как здесь можно получить достоверную информацию от квалифицированных специалистов о состоянии, перспективах развития и проблемах той или иной отрасли.

Специальные показы и демонстрации используются для презентации сложных технологических и других процессов, новшеств и инноваций в различных сферах деятельности [6].

Выставочная программа вырабатывается согласно целям маркетинга территории и самой выставки. Во избежание ошибок выставочная про-

грамма должна быть составлена с учетом того, представляется ли полный спектр туристской продукции, либо презентуются лишь отдельные, наиболее выразительные проекты. Важно также понимать, какие продукты и услуги дестинации являются новыми, улучшенными, превосходят продукты и услуги конкурентов, следует подчеркнуть их достоинства; продукты должны соответствовать запросам целевой аудитории [5].

Так как проведение большинства специализированных выставок в настоящее время сопровождается организацией научно-практических конференций, семинаров, «круглых столов», презентаций фирм-участников, учебных занятий и других мероприятий, представителям дестинации следует принять в них участие для представления своих проектов, получения актуальной информации и установления деловых коммуникаций.

Преимуществом выставочных мероприятия как средства маркетинговых коммуникаций является то, что в рамках выставочного мероприятия может быть достигнута высокая интенсивность личных контактов между экспонентами и посетителями. Кроме того выставки способствуют интенсивному обмену информацией, наглядно демонстрируют товары и услуги, дают возможность наблюдения за конкурентами. Участие в выставке укрепляет доверие к фирме, ее отстройку от конкурентов.

Таким образом, выставка — сложное комплексное мероприятие, имеющее своей целью просвещение общественности посредством демонстрации экспонатов, презентационных и деловых мероприятий. Выставочные мероприятия принято классифицировать по шести основным признакам: географический состав экспонентов, тематика, экономическая значимость, территориальный критерий, сроки организации и частота проведения. Организационные формы деловых мероприятий выставки достаточно разнообразны, среди них выделяют конгрессы, форумы, конференции, семинары, симпозиумы, а также профессиональные «цеховые» мероприятия.

Выставка является одним из наиболее эффективных средств современного маркетинга территорий, позволяющим одновременно распространять и получать информацию, формировать коммуникационные связи с партнерами и оценивать конкурентов. Участие региона в выставке в целом и в различных мероприятиях в рамках ее деловой программы (семинары, круглые столы, совещания и прочие) в частности, а также презентация профессионально подготовленных материалов, правдиво рассказывающих о территориальных преимуществах и возможностях, играют большую роль в формировании имиджа региона.

#### **Список использованных источников:**

1. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий жителей и туристов в города, коммуны,

- регионы и страны Европы. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, Питер, 2005. — 382с.
2. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. — Режим доступа: <http://www.tpprf.ru>
  3. Акулич И. Л. Маркетинг. — Минск: Вышэйшая школа, 2009. — 511 с.
  4. Важенина И. С., Важенин С. Г. Имидж, репутация и бренд территории // Эко: всероссийский экономический журнал. — 2008. — № 8. — С. 3–16.
  5. Гусев Э. Б., Прокудин В. А., Салашенко А. Г. Выставочная деятельность в России и за рубежом. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2004. — 516 с.
  6. Стровский Л. Е., Фролова Е. Д., Стровский Д. Л. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: учеб. Пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 288с.

## **АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧАСТИЯ ИГРИНСКОГО РАЙОНА УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В ВЫСТАВКЕ «ТУРИЗМ. СПОРТ. ОТДЫХ»**

*Стремоусова Е. В.,  
Бекметова А. Р.*

Игринский район характеризуется многофункциональным средним туристско-рекреационным потенциалом. На его территории располагается довольно много объектов туристского показа.

МБУК «Игринский районный краеведческий музей» в поселке Игра был открыт в 1993 г. В настоящее время экспозиции музея рассказывают о природе родного края, этнографии, истории науки, культуры, промышленности, боевой и трудовой славе земляков. В фондах музея насчитывается более трех тысяч экспонатов. Один из разделов экспозиции посвящен герою удмуртских сказок Лопшо Педуню, чей образ выступает в качестве бренда района [1]. Учреждение имеет собственный сайт в сети Интернет, посредством которого информирует посетителей о предстоящих мероприятиях и деятельности музея в целом. За последние три года количество посетителей составило около пяти тысяч человек. Музей имеет филиалы:

- Единственный в России музей арестантского быта в здании этапной тюрьмы, построенном в 1837 году и располагающийся в деревне Бачкеево. Ранее оно являлось пунктом ночлега и отдыха каторжан и ссыльных. В музее имеется интерактивная экспозиция, которая пользуется спросом в рамках существующих туристических маршрутов «Клубок дорог», «Сибирский тракт — дорога сквозь века». Здесь можно увидеть старину и даже ощутить себя арестантом — примерить кандалы и поесть каши [2].

- Центр удмуртской культуры в деревне Сундур, занимающийся организацией экскурсий, мастер-классов, творческих встреч, игровых и театрализованных программ.

- Музей Героя Советского Союза С. М. Стрелкова в с. Зура, который был открыт 8 ноября 1997 г. в честь восьмидесятилетия со дня рождения Спиридона Михайловича Стрелкова, Героя Советского Союза, уроженца села Зура. На сегодняшний день музей имеет около трехсот экспонатов основного фонда. В мае 2004 г. была открыта новая экспозиция «Навеки в памяти народной», посвященная шестидесятилетию Победы в Великой Отечественной войне [3].

Среди религиозных объектов выделяются храмы. В селе Чутырь находится храм, построенный в честь Сретения Господня в 1827 году под руководством архитектором С. Е. Дудина. Здание построено в стиле классицизма. В поселке Игра располагается храм Иоанна Богослова, спроектированный архитектором И. А. Чарушиным, он был воздвигнут в период с 1897 по 1907 годы. Покровская церковь в селе Большая Пурга на данный момент заброшена. Она также была спроектирована И. А. Чарушиным, построена на деньги елабужского купца Стахеева. В селе Зура находится храм, построенный в честь Митрофана Воронежского, однако состояние храма неудовлетворительное, он лишен колокольни.

На территории района также имеются памятники природы, заслуживающие внимания. В их число входит и торфяное болото «Игра–Чемошур». Салинский государственный комплексный заказник обладает статусом региональной особо охраняемой природной территории, который был присвоен ему в 1983 году. Еще одним природным памятником является сосна в селе Зура. Она стала одним из 3 первых деревьев из Удмуртии, которые вошли в реестр старовозрастных деревьев, где официально имеет название «сосна обыкновенная» (*Pinussylvestris* L.). Специалисты Центра древесных экспертиз НПСА «Здоровый лес» обследовали дерево 30 мая 2012 года и определили, что возраст сосны 360 лет, высота 11 метров, а диаметр ствола ровно 1 метр [4].

Республиканский межнациональный лагерь творческой молодежи Удмуртии располагается в деревне Сеп. Организатором лагеря является Удмуртская молодёжная общественная организация «Шунды».

Центр народного творчества в Игре представляет посетителям экспозицию «Эграпужыос» («Игринские узоры») с уникальной коллекцией льняных скатертей, а также сувенирную продукцию.

Игринский район занимает достаточно прочные позиции на внутреннем туристическом рынке Удмуртии. В районе имеются туристические ресурсы, активно задействованные в рамках 4-х экскурсионно-туристических маршрутов: «Сибирский тракт — дорога сквозь века», «В поисках Пельняня или китайский след», «Игра в Игре с Лопшо Педунем», этнографиче-

ский тур по Игринскому району. Данные маршруты были созданы в ходе реализации программы «Культура как ресурс социально-экономического развития района» с 2004 по 2006 годы, благодаря этому на территории района сложилась художественно-организационная среда, которая позволяет развивать культурно-познавательный, сельский и этотуризм.

На данный момент Игринский район на постоянной основе сотрудничает с туристическими агентствами Ижевска и других городов республики. В частности, заключены договоры о сотрудничестве с турфирмами Ижевска («Выбор-тур», «Зима-лето», «МДС-тур», «Лина-тур», «Горизонт», «Оазис»), Глазова («Аструм») и Сарапула («Соло-ИНтур»). Кроме того осуществляется сотрудничество с факультетом туризма УдГУ, колледжем культуры и выставочным центром «Галерея».

Согласно муниципальной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Игринском районе на 2012–2018 гг.» для дальнейшего развития туризма в районе необходимо реализовать проекты по строительству новых и реконструкции имеющихся объектов туристско-рекреационного назначения [6].

Кроме того в рамках проекта «Сибирский тракт — территория культурного туризма» планируется разработка и продвижение следующих подпроектов:

- подпроект «Музейный комплекс «Зура. Декабристы. Тюрьма», с. Зура. Комплекс предполагается воссоздать на базе бывшей этапной тюрьмы, реконструировать чудом сохранившуюся на её территории кузницу, колодец и тюремное здание. Важное значение отводится мосту через реку Ита как связующей между прошлым и будущим. Сегодня проезд через мост закрыт. Необходимо строительство нового моста.

- одпроект «Звени, Кедр Митреевский родник», п. Игра. Районный центр также расположен на Сибирском тракте. Это древнее село с многовековой историей (в 2015 г. оно отметит своё 400-летие). Необходимо новое художественное решение по оформлению пустующей исторической части поселка, непосредственно связанное с родником.

- подпроект «Постоялый двор «У ямщика», д. Бачкеево. В деревне Бачкеево, помимо имеющегося музея, проект предполагает строительство постоянного двора «У ямщика» для приема и отдыха туристов.

- подпроект «Рекреационная зона отдыха «Заякинская кедровая роща», д. Тюптиево. У данной деревни находится уникальный памятник природы — Заякинская кедровая роща. Здесь планируется создание базы отдыха для развития экологического и рекреационного туризма.

- подпроект «Дизайн дорог». На всем протяжении Игринского участка Сибирского тракта необходимо продумать дизайн дороги, для того, чтобы турист мог прочувствовать историческую значимость тракта и сориентироваться по ходу движения.

При полной реализации проекта «Сибирский тракт — территория культурного туризма» и его подпроектов на территории Игринского района будет оформлена историко-культурная среда «Сибирский тракт — музеей под открытым небом».

Следующим приоритетным проектом является «Центр удмуртской культуры — гостевое подворье Лопшо Педуня». Деревня Сундур является родиной удмуртского фольклорного героя Лопшо Педуня. На данной территории имеется Центр удмуртской культуры, который занимается возрождением, сохранением и развитием удмуртской традиционной культуры. На базе данного Центра предполагается организовать гостевое подворье Лопшо Педуня. Для этого необходимо значительно улучшить инфраструктуру учреждения. Для дальнейшего развития Центра необходимо приобретение земельного участка, где будут собраны хозяйственные постройки традиционной удмуртской усадьбы и построен гостевой дом, с последующим размещением в нем гостиницы.

Еще один проект — «Порвай — этнокультурная деревня». Здесь планируется реконструкция электрической мельницы и куалы — места языческого моления удмуртов, создание музея сельскохозяйственной техники и разбивка опытной делянки с посевами зерновых культур.

Другим приоритетным проектом является проект «Мосты любви и счастья». Он предполагает формирование новых традиций свадебных церемоний, основанных на активном использовании рекреационного потенциала территории и средств культуры.

И наконец, проект «Факел — поселок стекольщиков», который предполагает развитие традиционной русской культуры на базе Центра русской культуры в п. Факел. Планируется включение данного села в экскурсионные маршруты, с целью знакомства с самым старым промышленным предприятием района Факельским стекольным комбинатом, которому исполнилось 160 лет [6].

Отметим, что успешная проектная деятельность уже позволила Игринскому району получить грант в размере 450 тыс. рублей на реализацию проекта «Всероссийский кулинарный фестиваль «От Пельняня до Китая», который был поддержан Министерством Культуры Российской Федерации в рамках реализации лучших событийных региональных и межрегиональных проектов. Фестиваль состоялся 31 января 2015 года. В число участников вошли делегации 7 районов Республики, а также группы туристов из Ижевска. В целом мероприятие посетило более 3000 человек.

Потенциал Игринского района этим далеко не исчерпывается. Район обладает значительными ресурсами для развития въездного туризма. Однако не все имеющиеся туристические ресурсы используются в полном объеме из-за наличия факторов, сдерживающих рост объема туристических услуг, а именно: дотационный характер районного бюджета, сдержи-



вающий финансовые вложения в развитие туризма; недостаточно развитая инфраструктура района в целом, слабая материально-техническая база учреждений культуры, принимающая туристов; слабое взаимодействие органов власти, туристического бизнеса и других заинтересованных лиц в реализации инновационно-значимых проектов и программ; отрасль туризма не рассматривается в качестве отрасли значимой и потенциально ресурсной; отсутствие архитектурно-привлекательного исторического центра поселка; неудовлетворительное состояние некоторых объектов культурного наследия; неразвитость рынка автобусных услуг для туристов.

Вместе с тем, в районе сложились объективные предпосылки для реализации новых путей развития в области туризма: стратегически важным ресурсом для развития туризма в Игринском районе стала культура, являющаяся одной из фундаментальных основ функционирования любого сообщества; движущими силами развития туризма может стать местное сообщество и предприниматели, быстро откликающиеся на разного рода инновации; имеется хорошо развитая музейная сеть; район обладает богатым историческим прошлым; район имеет удобное транспортное расположение на пересечении федеральных дорог, кроме того имеется железнодорожное сообщение.

Так как территория Игринского района обладает достаточным количеством объектов туристского назначения, администрация муниципального образования совместно с сотрудниками Визит-центра МБУК «Игринский краеведческий музей» активно занимается продвижением местных туристических продуктов на республиканском и российском уровне. Одним из методов этого продвижения стало участие во всероссийской специализированной выставке «Туризм. Спорт. Отдых». Район принимал участие в данной выставке три раза: в 2013, 2014 и 2015 годах.

В 2013 году муниципальное образование представило стенд линейного типа, оформленный фотографиями местных достопримечательностей, специально изготовленными информационными плакатами, содержащими сведения о местных туристско-экскурсионных маршрутах. В оформлении также использованы предметы декоративно-прикладного творчества: тканые полотенца и ковры, берестяные изделия, куклы-обереги. Так как брендом территории официально признан Лопшо Педунь, это отразилось как на оформлении стенда — были использованы фотографии героя, его куклы, так и на формах взаимодействия с посетителями — один из представителей стенда был облачен в костюм Лопшо Педуны. Остальные представители были одеты в удмуртские национальные костюмы. Из печатной и сувенирной продукции были представлены:

- виниловые и акриловые магниты с местными достопримечательностями;

- блокноты, на обложках которых были представлены природные ландшафты и герб Игринского района;
- книжка-раскраска «Удмуртские народные сказки. Лопшо Педунь»;
- сборник удмуртских народных сказок «Лопшо Педунь смеется» на русском языке;
- сборник удмуртских народных сказок «Лопшо Педуньсерекья» на удмуртском языке;
- буклеты, презентующие туристско-экскурсионные маршруты района.

19 апреля 2013 года представители администрации района приняли участие в совещании «Актуальные вопросы организации отдыха детей и подростков Удмуртской Республики».

20 апреля 2013 года на сцене перед павильоном состоялась презентация туристических маршрутов Игринского района, организатором которой выступила администрация МО «Игринский район». Был представлен маршрут «Сибирский тракт — дорога сквозь века», который позволяет погрузиться в историческое прошлое «царской дороги», посетить краеведческий музей, побывать на этапном пункте д. Бачкеево, примерить арестантскую робу и кандалы. Еще одним проектом района стал маршрут «Игра в Игре с Лопшо Педунем», он познакомил гостей как с традиционной культурой Удмуртии, так и непосредственно с самим сказочным персонажем.

19 апреля 2013 года представители администрации района приняли участие в совещании «Актуальные вопросы организации отдыха детей и подростков Удмуртской Республики».

Так как в 2013 году район принимал участие в выставке «Туризм. Спорт. Отдых» впервые, его активность была средней. Однако была подготовлена как презентация туристических маршрутов, так и специализированная печатная продукция.

В 2014 году районом также был представлен линейный стенд, однако его площадь в сравнении с прошлым годом была увеличена вдвое. Что касается оформления стенда, то особых изменений не произошло. По-прежнему использовался образ Лопшо Педуня, представлены фотографии, показывающие достопримечательности района. Представители района вновь были одеты в национальные костюмы. Состав печатной и сувенирной продукции не претерпел существенных изменений.

19 апреля 2014 года была проведена презентация маршрута «В гостях у Лопшо Педуня». Организатором, как и в прошлом году, являлась администрация МО «Игринский район». В дополнение к маршрутам, которые были предложены в прошлом году был презентован новый проект «В поисках Пельняня, или Китайский след». Данный маршрут проводится на базе отдыха «Годекшурские горки» и представляет собой интерактив-

ную экскурсию, сопровождающуюся играми и мастер-классами. В программу также входит дегустация пельменей.

В 2014 году Игринский район принял активное участие в мероприятиях деловой программы выставки. 17 апреля состоялась конференция «Развитие туристской отрасли в Удмуртской Республике: проблемы и перспективы». 18 апреля было организовано совещание «Организация отдыха детей и подростков Удмуртской Республики в 2014 году». В обеих деловых встречах приняли участие представители муниципального образования.

Также район организовал для посетителей мероприятия развлекательной программы. 17 апреля прошел мастер-класс «Масленичное солнышко», а 19 апреля — мастер-класс «Веник от Лопшо Педуня».

Таким образом, в 2014 году район проявил большую активность. Хотя ассортимент печатной и рекламной продукции не претерпел особых изменений, однако было принято участие как в деловой (совещания, конференции), так и в развлекательной (мастер-классы, презентации) программе выставки. Кроме того площадь стенда в сравнении с прошлым годом была значительно увеличена, что позволило более выгодно его оформить и четко организовать работу стендистов.

В 2015 году вновь был представлен линейный стенд, который по площади был равен площади стенда 2013-го года. Однако стенд района был объединен со стендами Дебесского и Кезского районов в силу того, что они представляли совместный проект — туристский кластер «Легенды Сибирского тракта».

На стенде работали сотрудники МБУК «Игринский краеведческий музей»: заведующая отделом туризма Платонова Н. А., методист по туризму Сунцова Е. В., главный хранитель Михайлова Г. Ф., смотритель музея Ложкина Л. Г.

Так как главной темой для Игринского район в этом году стал вышеупомянутый кластер, то в оформлении стенда не был задействован привычный образ Лопшо Педуня. Вместо этого совместно с Дебесским и Кезским районами был использован баннер, информирующий посетителей о создании кластера, где были представлены графические изображения некоторых пунктов Сибирского тракта, в частности Бачкеево, Игра, Селты, Дебесы и Кез. Впрочем, один из представителей стенда, как и в прошлых годах, был облачен в Костюм Лопшо Педуня. Традиционно были использованы изделия декоративно-прикладного творчества из бересты, лозы, дерева, соломы, тканые изделия. В сравнении с прошлыми годами состав сувенирной и печатной продукции стал более разнообразным. Увеличилось количество различных магнитов, был представлен набор открыток, кружки, брелки, новые буклеты, посвященные проекту «В поисках Пельняня».

Следует отметить, что дизайн печатной рекламной продукции района не менялся на протяжении нескольких лет. Для печати буклетов ис-

пользована качественная глянцевая бумага, однако для печати визитных карточек — матовая бумага низкого качества. Кроме того, визитки оформлены с нарушением правил их оформления: в частности использована двусторонняя печать, в то время как обратную сторону визитки рекомендуется оставлять нетронутой. Что касается информативности буклетов, они содержат информацию, раскрывающую историю создания и развития маршрутов, в то время как информация должна быть в большей степени направлена на привлечение потенциальных посетителей. Буклеты не содержат конкретной программы мероприятий, карты маршрутов и информации о стоимости, являющиеся наиболее важными для туриста.

16 апреля прошла презентация «Путешествуем по Игринскому району», которая подробно проинформировала посетителей об успешно реализуемых экскурсионно-туристических маршрутах и перспективных направлениях в развитии сельского туризма. Она прошла в виде демонстрации видеофильма, которая сопровождалась комментариями старшего научного сотрудника МБУК «Игринский краеведческий музей» Платоновой Н. А. Следует отметить, что до этого состоялась презентация проекта «Дулесовский валенок», проведенная администрацией Сарапульского района. Она сопровождалась выступлением народных коллективов и ярким шоу. Поэтому, в сравнении с презентаций «Дулесовского валенка», презентация Игринского района выглядела скучной и не привлекла особого внимания.

Презентация туристического кластера «Легенды Сибирского тракта» состоялась 19 апреля. Она сопровождалась выступлением детского фольклорного коллектива «Чебеляй» и ансамбля-хора «Крезьгур». Данная презентация была организована общими усилиями администраций муниципальных образований «Игринский район», «Кезский район» и «Дебесский район».

Представители муниципального образования проявили высокую активность, участвуя в деловых мероприятиях и встречах. 16 апреля состоялось расширенное заседание Межведомственного координационного совета по развитию туризма при Правительстве Удмуртской Республики, где глава МО «Игринский район» Прохоров В. А. представил и защитил проект «Резиденция Пельняня». На данный момент вопрос реализации этого проекта пока остается открытым в связи с вопросом финансирования. По итогам заседания район получил рекомендацию предоставить в адрес Министерства культуры и туризма Удмуртской Республики информацию о потребностях в обеспечивающей инфраструктуре для реализации инвестиционных проектов в сфере туризма в срок до 15 мая 2015 года.

17 апреля представители администрации района и работники МБУК «Игринский краеведческий музей» посетили семинар «Подготовка и реализация инвестиционных проектов в сфере туризма». В этот же день состоялись круглые столы «Музейный туризм как направление стратегиче-

ского развития музеев» и «Пути развития агротуризма в Удмуртии», которые также посетили представители муниципального образования.

Что касается мероприятий развлекательной программы, то был проведен лишь мастер-класс по изготовлению сувенира «Катание валенок». Он состоялся 19 апреля и проходил под руководством сотрудников Сепского ЦСДК.

Таким образом, в 2015 году Игринский район не только представил уже имеющиеся маршруты, но и заявил о создании нового туристско-экскурсионного кластера. Также был расширен спектр печатной, рекламной и сувенирной продукции, повышена деловая активность.

Активность представления Игринском районом туристских проектов в 2013–2015 годах можно проследить в приложении 3. Если в 2013 году были представлены лишь проекты «Сибирский тракт — дорога сквозь века», «Игра в Игре с Лопшо Педунем», то в 2014 году был презентован новый проект «В поисках Пельняня или китайский след». В 2015 году начато формирование кластера «Легенды Сибирского тракта», что говорит о постоянной и планомерно ведущейся проектной работе.

Для оценки участия Игринского района в выставке «Туризм. Спорт. Отдых» Бекметовой А. Р. был проведен опрос. В ходе исследования было опрошено 100 посетителей выставки, которая состоялась в 2015 году. Почти треть опрошенной аудитории составили женщины — 63 %. Возраст преобладающей части респондентов составил от 18 до 25 лет. Половина опрошенных ранее не посещали маршруты и туристские объекты, расположенные в Игринском районе, 27 % посещали лишь единожды, 21 % — два раза и более.

Почти половина респондентов (44 %) считают, что оформление стенда Игринского района мало чем отличается от оформления стендов других районов. 26 % опрошенных полагают, что стенд отличается оригинальностью и привлекает к себе внимание. Почти такое же количество респондентов (30 %) утверждают, что элементы оформления стенда хорошо сочетаются между собой, но не более того. Никто из опрошенных не считает, что стенд был оформлен ненадлежащим образом.

Согласно результатам опроса, большинство респондентов (64 %) полагают, что работники стенда успешно справлялись со своими обязанностями, были вежливыми и приветливыми, показали высокий уровень владения информацией. Число опрошенных, считающих, что персонал стенда, будучи вежливым и приветливым, не обладает требуемой информацией в достаточном объеме, составило 29 %. Лишь 6 % опрошенных согласны с тем, что работники отвечали на вопросы посетителей с неохотой, не уделяли им должного внимания.

Более трети аудитории (35 %) полностью удовлетворены представленной печатной рекламной продукцией (брошюры, буклеты). Чуть мень-

шее число респондентов (28 %) полагают, что данная продукция не в полной мере раскрывает информацию. Треть опрошенных признают неоригинальность оформления печатной рекламной продукции. Лишь меньшинство (4 %) совершенно неудовлетворенно представленной продукцией.

19 апреля 2015 года сотрудниками Сепского ЦСДК был проведен мастер-класс по изготовлению сувенира «Катание валенок». Большинство опрошенных (59 %) не приняло участия в данном мастер-классе, однако, те, кто участвовал, остались довольны (28 %) или удовлетворены (11 %) уровнем организации мероприятия. Недовольные составили лишь 2 % от общего числа респондентов.

В этом году Игринский район совместно с Дебесским и Кезским районами Удмуртской Республики представили новый проект — туристский кластер «Легенды Сибирского тракта». Чуть больше половины опрошенной аудитории благосклонно отнеслись к данному проекту, выразив свое желание посетить маршруты данного кластера. Их число составило 52 %. Число респондентов, считающих идею создания кластера актуальной, но не выразивших желания посетить его маршруты в будущем составило 23 %. 4 % опрошенных негативно отнеслись к созданию кластера, поскольку считают его создание невостребованным. 21 % вообще не интересуется данной проблемой.

16 апреля прошла презентация «Путешествуем по Игринскому району», проведенная в виде демонстрации видеофильма, которая сопровождалась устными комментариями. По мнению большинства респондентов (39 %) презентация прошла скучно и не вызвала особого интереса. 11 % выразились в этом вопросе более категорично, указав, что презентация была неинформативной, плохо организованной и совершенно не привлекла внимания. Число тех, кто признал презентацию информативной и интересной, составило 3 %, тех, кто признал ее информативной, но не вызывающей интереса, — 5 %. 42 % процента опрошенных вообще не посетили данную презентацию.

В ходе исследования выяснено, что почти для половины респондентов (48 %) полученный объем новой информации невелик, 22 % признали полученную информацию новой для себя. 9 %, напротив, не считают эту информацию новой. 21 % опрошенных не проявил интереса к представленной информации.

Число респондентов, собирающихся посетить хотя бы один туристский маршрут Игринского района, составило 59 %. 14 % опрошенных собираются посетить несколько маршрутов, у 27 % маршруты района не вызвали интереса.

Согласно результатам опроса 38 % респондентов считают, что сформированный на сегодняшний день имидж района является позитивным, а Игринский район УР — довольно привлекателен в качестве места отдыха

или жителям, а также в качестве объекта инвестирования. 28 % опрошенных полагают, что район имеет слабый имидж, поскольку на его территории располагается не так уж много объектов туристского показа. По мнению 14 % респондентов имидж района является смешанным, то есть обладает как позитивными, так и негативными чертами. 10 % утверждают, что Игринский район вполне привлекателен для посетителей, однако имеются негативные факторы, которые удерживают туристов от посещения. 5 % посчитали имидж территории излишне привлекательным, другие 5 % — негативным.

По мнению преобладающего числа опрошенных (72 %) участие Игринского района УР в выставке «Туризм. Спорт. Отдых» позитивно влияет на его имидж. 28 % полагают, что участие в выставке никак не сказывается на имидже территории. Никто из респондентов не считает, что участие в выставке оказывает негативное влияние на имидж района.

Почти половина опрошенных (49 %) частично улучшили свое мнение об Игринском районе УР после его участия в выставке «Туризм. Спорт. Отдых», мнение 30 % улучшилось значительно, 18 % утверждают, что их мнение не претерпело изменений, 3 % респондентов частично изменили свое мнение о районе в худшую сторону. Тех, чье мнение значительно ухудшилось, выявлено не было.

На основе данных, полученных в ходе опроса, разработаны рекомендации для продвижения имиджа Игринского района посредством участия в выставке «Туризм. Спорт. Отдых».

В Игринском районе есть качественные туристские продукты, в основу которых положены имеющиеся ресурсы и уникальные маркетинговые идеи, нуждаются в продвижении посредством формирования положительного имиджа территории. Для этого необходимо создание имиджа при участии всех субъектов местного сообщества, наиболее активное участие в этом процессе должны принять органы местного управления и местные средства массовой информации.

Для продвижения имиджа района в первую очередь следует разработать программу развития имиджа, сформулировать слоган и миссию, включающую в себя основной смысл существования и деятельности территории. Цели продвижения имиджа в целом и цели участия в выставке в частности должны исходить из этой миссии.

Важно помнить, что участие в выставке «Туризм. Спорт. Отдых» является лишь одним из методов, которые входят в комплекс маркетинговых инструментов продвижения имиджа Игринского района, поэтому данное участие должно быть подчинено общей программе продвижения имиджа. Для успешного продвижения имиджа территории и представления туристско-экскурсионного потенциала территории следует проделать значительную предварительную работу, к которой можно отнести освещение собы-

тия в СМИ, подготовку персонала, разработку дизайна для стенда и выставочной продукции.

Хотя Игринский район уже довольно давно занимается продвижением туристских продуктов и является экспонентом вот уже третий год подряд, работа по освещению его участия в выставке в СМИ не ведется. Краткие пресс-релизы публикуются лишь на сайте МБУК «Игринский краеведческий музей», публикации в печатных изданиях отсутствуют. Однако именно работа со СМИ дает возможность эффективного продвижения имиджа и репутации территории, привлечения внимание целевой аудитории. Следует разработать пресс-релиз в формате анонса и новости. Анонс предполагает публикацию до начала работы выставки и приглашает целевую аудиторию посетить мероприятие. Новость же публикуется после завершения функционирования выставки, предоставляет информацию о результатах участия. Подобные пресс-релизы рекомендуется выслать журналистам местного печатного информационного издания, газеты «Светлый путь». Возможна также отсылка материала в редакции печатных изданий республиканского уровня.

Для работы на выставке персонал должен выбираться исходя из профессиональных и личных качеств (опыт работы на выставке, общительность). До начала выставки очень важно обсудить с персоналом все аспекты участия (объяснить организацию стендового пространства, область ответственности каждого сотрудника, цели участия и т. д.). Стендисты должны быть компетентны, способны ответить на все вопросы аудитории.

Оценка оформления стенда района выявила его неоригинальность, практически все муниципальные образования, участвующие в данной выставке используют в оформлении своих стендов элементы национального колорита и декоративно-прикладного искусства. Для того, чтобы посетители выставки запомнили стенд Игринского района, следует разработать уникальный дизайн стенда, печатной, сувенирной и другой продукции. Если позволяет бюджет, эту работу рекомендуется поручить профессиональным дизайнерам или обратиться в специализированное рекламное агентство. Специалисты обеспечат создание качественного дизайна и единых стилистических решений. Также возможно использование оборудования для демонстрации мультимедийных материалов, размещение на стенде интерактивных объектов. Как правило, на выставке «Туризм. Спорт. Отдых» стенды не имеют контактной зоны, где посетители могли бы общаться со стендистами, поскольку этого не позволяет их площадь. Однако именно наличие этой зоны обеспечивает комфортное общение с представителями района, способствует распространению информации.

Оценка печатной продукции района выявила ее недостаточную информативность и неоригинальный дизайн. Рекомендуется изменить дизайн



буклетов, сохранив при этом их единый стиль, а также откорректировать содержащуюся в них информацию. Следует исключить информацию об истории создания и развития туристских маршрутов и включить информацию, которая важна для потенциальных посетителей: протяженность и длительность маршрута, программа мероприятий, стоимость билетов и другие актуальные данные.

Следует также изменить визитные карточки, поскольку в их оформлении присутствует нарушение: информация располагается на обеих сторонах карточки, однако заднюю часть визитки принято оставлять нетронутой, чтобы посетители могли записать на ней информацию, которая не была указана на визитке, но является для них важной. Кроме того, визитки должны быть напечатаны на качественной плотной бумаге.

Презентация туристических маршрутов района — еще один из способов продемонстрировать туристско-рекреационный потенциал территории. Как показал опыт, довольно эффективным является привлечение творческих коллективов, в то время как видеоряд следует использовать лишь в качестве дополнения или одного из элементов презентации. К тому же демонстрация видеоматериалов на небольших экранах не производит должного впечатления, поэтому если все-таки требуется показать файлы мультимедиа, рекомендуется задействовать проектор и большой экран. Также следует избегать устного комментирования видеоролика, намного лучше, если видеоряд сопровождается не только описанием, но и звуковыми, музыкальными эффектами. В ходе презентации возможна организация конкурсов, за победу в которых посетители получают приз в качестве билетов на один из маршрутов района. Данный PR-ход может способствовать привлечению туристов на территорию района. Кроме того возможно проведение специальных акций, к примеру, предложение сделать фотографию в народном костюме. Такие конкурсы и акции также можно организовать и вне рамок презентации маршрутов.

Мастер-классы, проведенные районом, получили положительные отзывы. Однако рекомендуется увеличить их количество и расширить тематику. Следует проводить мастер-классы не только по изготовлению сувениров посредством техник декоративно-прикладного искусства, но и с использованием новых техник, к примеру, таких, как скрапбукинг или квиллинг. Это выделит мастер-классы Игринского района среди подобных мероприятий других районов и привлечет больше посетителей. Кроме того, не следует забывать, что изготовленный сувенир должен обладать полезностью, чтобы посетители не выкинули его позже за ненадобностью.

В процессе подготовки к выставке и непосредственно во время ее проведения следует отслеживать деятельность других районов, которые являются конкурентами Игринского района. Это поможет избежать шаблонности в оформлении стенда, организации презентации и других меро-

приятий. Также следует учитывать очередность проведения мероприятий развлекательной программы, поскольку посетители выставки будут воспринимать презентации маршрутов районов, сравнивая их друг с другом. Поэтому команде, готовящей презентацию и другие подобные мероприятия, следует позаботиться о том, чтобы их представление выглядело наиболее выигрышным по сравнению с другими, проводящимися до или после.

Выставка — это возможность для обзора рынка конкурентов (путем сравнения продукции, компетентности персонала стенда, оформления стенда и тп.), и сбора информационных материалов конкурента (брошюр, каталогов). После завершения выставки информация о работе на стенде Игринского района и его конкурентов должна быть проанализирована для выявления конкурентных преимуществ, а также недостатков, которые необходимо устранить к следующему участию в выставочном мероприятии.

Кроме того, для анализа участия района в выставке рекомендуется составить краткую форму с вопросами для посетителей. Полученные в ходе этой работы данные могут быть использованы в работе по продвижению района после выставки, а также для увеличения количества посетителей и оптимизации работы стенда на будущих выставках. Такие опросы целесообразно проводить при каждом участии в выставке.

Таким образом, Игринский район УР располагает достаточным количеством объектов туристского показа, имеет собственный бренд (Лопшо Педунь), ведет активную проектную работу. Все эти факторы способствуют тому, что аудитория воспринимает район как привлекательную дестинацию, место жительства и объект инвестирования. Однако территория не является в достаточной мере привлекательной для потенциальных посетителей, а потому район нуждается в усилении, подкреплении и распространении имиджа, а также активной рекламной поддержке со стороны органов муниципальной власти. Также необходимо четкое позиционирование имиджа территории, целенаправленное информирование целевой аудитории о достоинствах региона, при котором используются все конкурентные преимущества для привлечения туристов и иных потребителей.

Участвуя в выставке «Туризм. Спорт. Отдых», Игринский район должен обеспечить качественную подготовку к выставочному мероприятию, а непосредственно в ходе мероприятия продемонстрировать свои конкурентные преимущества перед другими районами республики, показать как уникальность маршрутов, так и оформления стенда и графической продукции. Так как выставка является одним из маркетинговых инструментов продвижения имиджа территории, это поможет успешно продвигать имидж района на республиканском уровне.

Таким образом, для продвижения своего имиджа посредством участия в выставке «Туризм. Спорт. Отдых» Игринскому району Удмуртской республики необходимо обеспечить освещение данного события в СМИ

местного значения, подготовить стендистов, создать единый стиль оформления стенда, печатной, рекламной и сувенирной продукции, организовать эффективную презентацию туристических маршрутов с использованием современных технологий и привлечением творческих коллективов, организовать мониторинг деятельности конкурентов по подготовке к выставке и непосредственному участию в ней, также оценку посетителями собственной деятельности в рамках выставки. Данные меры позволят району выявить проблемы и перспективы дальнейшего участия в данной выставке и определить направления активного воздействия на потребительское восприятие имиджа района.

#### **Список использованных источников:**

1. Саранча М. А., Гай И. А. География туристско-экскурсионной деятельности Удмуртской Республики: учеб. пособие. — Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2013. — 123 с.
2. [www.udmurt.ru](http://www.udmurt.ru) — официальный сайт Главы Удмуртской Республики и Правительства Удмуртской Республики.
3. [www.igra-museum.ru](http://www.igra-museum.ru) — сайт МБУК «Игринский краеведческий музей».
4. [www.loveudm.ru](http://www.loveudm.ru) — сайт, посвященный отдыху, туризму, достопримечательностям, интересным местам Ижевска и Удмуртии.
5. [www.mdstour.ru](http://www.mdstour.ru) — сайт Автономного учреждения Удмуртской Республики «Молодежный, детский, студенческий туризм».
6. Об утверждении муниципальной целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Игринском районе на 2012–2018 годы»: постановление Администрации муниципального образования «Игринский район» № 2489 от 29 октября 2012 года. Режим доступа: <http://pandia.ru>

#### **«ШЕРЕМЕТЕВСКАЯ АРХЕОЛОГИЯ»: ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПАМЯТНИКОВ И НАУЧНЫЕ КОНТАКТЫ РЕГИОНАЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ**

*Шалахов Е. Г.*

Настоящая работа посвящена популяризации археологических памятников, расположенных на территории Государственного бюджетного учреждения культуры Республики Марий Эл «Замок Шереметева». Юринская стоянка эпохи ранней бронзы и Юринское поселение, относящееся к неолитическому времени, являются наиболее востребованными в плане развития научного туризма объектами культурного наследия Юринского

района Республики Марий Эл. Опыт использования археологического наследия «Замка Шереметева» послужил базовым элементом в налаживании научных контактов с коллегами из академических научных центров и региональных музеев.

В отличие от многолетней истории археологических изысканий в парковой зоне «Замка Шереметева» [1; 2], регулярная просветительская работа в области доисторической археологии усадьбы была начата сравнительно недавно.

В 2009 г. нами был разработан и апробирован специальный экскурсионный маршрут по дюнной гряде в юго-восточной части парковой зоны замка — в непосредственной близости от поселенческих памятников древности. Теоретическая часть экскурсионного материала основывается на доступных литературных и архивных источниках, опубликованных в разные годы.

Для взрослой аудитории туристов из Нижегородской области и Республики Марий Эл наибольший интерес представляет Юринская стоянка эпохи ранней бронзы. Южный склон парковой дюны, где в своё время была открыта стоянка, подвержен ветровой эрозии, поэтому в обнажениях фиксируются фрагменты посуды с орнаментацией (Рис. 1), единичные каменные орудия и отходы их производства.



Рис. 1. Археологическая керамика — важный источник информации для экскурсантов.

Устное описание встреченных остатков древней материальной культуры способствует формированию визуальной аттракции по отношению к уникальным предметам, находящимся вне музейных витрин.

Экскурсионная практика 2009–2013 гг. показала, что «шереметевская археология» с её пешеходными прогулками к старым раскопам Марийской экспедиции, стимулирует познавательный интерес к замку в целом. Восприятие Шереметевской усадьбы как «перекрестка эпох» было подкреплено реализованным в 2011–2012 гг. экспозиционно-выставочным проектом «Из глубины веков: археология Поволжья».

Возрастающий интерес туристов к объектам, расположенным на территории ГБУК РМЭ «Замок Шереметева», а также введенная в научный оборот богатая коллекция доисторических артефактов, происходящая с указанного локуса, ускорили процесс поиска контактов с академическими научными центрами Поволжья и Урала.

Осенью 2014 г., благодаря поддержке организаторов IV (XX) Всероссийского археологического съезда — Института археологии РАН, Института истории материальной культуры РАН и Института археологии имени А. Х. Халикова АН РТ, автор принял участие в работе научного форума, собравшегося в Казани.

Вниманию коллег был представлен доклад «Древние памятники Шереметевской усадьбы (Марий Эл): популяризационный аспект». Выступление состоялось на секции № 15 «Археологическое наследие: сохранение, менеджмент, музеефикация, реставрация и проблемы общественного признания». В тексте доклада нами освещались вопросы популяризации памятников археологии, которые превратились в один из компонентов туристского продукта. Поселения эпохи камня и бронзы, расположенные в парковой зоне «Замка Шереметева», являются доступными объектами научно-туризма [3].

Тема популяризации археологических памятников «Замка Шереметева» была заявлена для участия в VIII региональной научно-практической конференции «Оки связующая нить» — археология Среднего Поочья (г. Ступино, 11 марта 2015 г.). Стендовый доклад «Доисторические памятники «Замка Шереметева» в контексте научно-просветительской деятельности учреждения культуры» ознакомил участников подмосковной конференции с основными формами использования историко-культурного наследия усадьбы.

Весной нынешнего года автор подал заявку на участие в научно-практическом семинаре «Сакральное пространство культовых памятников Урала», который состоялся 23–24 апреля. Организатором семинара выступил сектор археологии каменного века Института истории и археологии УрО РАН (г. Екатеринбург).

Благодаря коммуникационной программе Skype доклад «К истории изучения культовых памятников Марийского Поволжья: ритуальные площадки чирковской культуры» можно было услышать и увидеть в сети Интернет во время он-лайн трансляции семинара, на котором выступили московские, уральские и сибирские археологи.



Рис. 2. Стендовый доклад в Ступинском музее

Особо отмечу, что главный акцент в докладе был сделан на материал ритуальной площадки, открытой в верхнем парке «Замка Шереметева» (Юринская стоянка эпохи бронзы).

Таким образом, опыт популяризации древних памятников Шереметевской усадьбы получил заслуженное признание в археологическом сообществе России.

#### **Список использованных источников:**

1. Никитин В. В., Соловьев Б. С. Юринская стоянка (по раскопкам 1999, 2000 гг.) // Проблемы древней и средневековой археологии Окского бассейна. Сборник научных трудов. — Рязань, 2003. Часть 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.history-ryazan.ru/node/4991?page=0%2C8#9> (дата обращения: 16.08.2015).
2. Шалахов Е. Г. Археология Шереметевской усадьбы в пос. Юрино Республики Марий Эл: комплекс находок 2000–2011 годов с Юринской стоянки эпохи бронзы // Гуманитарные научные исследования. — 2013. — № 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2013/01/2229> (дата обращения: 16.08.2015).
3. Шалахов Е. Г. Древние памятники Шереметевской усадьбы (Марий Эл): популяризационный аспект // Труды IV (XX) Всероссийского археологического съезда в Казани. Т. IV. — Казань: Изд-во «Отечество», 2014. — С. 257–259.

## ОБЗОР ИНТЕРНЕТ-ВОЗМОЖНОСТЕЙ В ОРГАНИЗАЦИИ САМОДЕЯТЕЛЬНОГО ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА

*Балабанова Д. А.,  
Галанова Н. А.*

Стремление путешествовать самостоятельно охватывает все большее число людей. С каждым годом увеличивается численность туристов, не пользующихся услугами туроператоров и турагентств.

Несмотря на то, что самостоятельный туризм в разных его видах стал распространяться в XX веке, но даже в XXI веке устоявшегося термина, определяющего такой вид отдыха, пока нет. В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» имеется термин «самостоятельный туризм» как «туризм, организуемый туристами самостоятельно».

Понятие «самостоятельного туризма», определяемого российским законодательством, стало употребляться во всем разнообразии его проявлений. В данной статье мы будем исходить из наиболее универсальных, на наш взгляд, не противоречащих друг другу терминов таких, как «свободный», «самостоятельный», «независимый» или «дикий» туризм. Под этими формулировками традиционно принято понимать путешествия, которые отдыхающие совершают, полностью или частично отказавшись от услуг туристических компаний.

Моду на «путешествие дикарем» не останавливают ни языковые барьеры, ни поверхностные знания той или иной страны. Доля самостоятельного туризма в России по оценкам экспертов за последние два года стремительно растет и в настоящее время оценивается в пределах 5–7 % от всего туристического потока, а за ближайшие пять лет сможет достигнуть уровня развитых в этом отношении стран — 40–45 % [9]. Вследствие целого ряда негативных факторов, обусловленных ростом курса валют и массовыми банкротствами туроператоров, доверие со стороны конечного потребителя туристических услуг было подорвано. Многие из потенциальных клиентов туруслуг начали поглядывать в сторону самостоятельной организации своих поездок.

По данным Российского союза туристической индустрии к ноябрю 2014 года число проданных туров сократилось на 30–50 %, по сравнению с 2013 годом. В то же время многие россияне не отказывают себе в заграничном отдыхе, а ищут альтернативные пути его организации. По мнению экспертов туротрасли, одним из трендов 2015 года должны стать самостоятельные путешествия [10].

Отметим, что до XX века самостоятельным считалось любое путешествие. Однако с развитием индустрии массового туризма подобный вид

отдыха серьезно сдал свои позиции. Популярность к самостоятельному туризму начала возвращаться уже в конце XX – начале XXI века. Этому способствовало бурное развитие Интернет-технологий: массовое внедрение в повседневную жизнь онлайн-бронирования, электронных билетов, туристических Интернет-ресурсов. Благодаря им, современные туристы теперь могут самостоятельно и достаточно быстро находить необходимую информацию и покупать различные туристические услуги. Сейчас Интернет-сервисы, или электронные системы бронирования авиабилетов активно конкурируют с турбизнесом. Кроме того, почти каждая авиакомпания имеет возможность продавать билеты через Интернет, предлагая при этом минимальные тарифы. Многие подобные сервисы уже русифицированы. В этой связи люди, которые ориентируются в Интернете и имеют время, чтобы заниматься самостоятельным поиском билетов и отелей, вполне могут отказаться от услуг турфирм. Конечно, компании-посредники могут помочь в оформлении визы, но поскольку все больше появляется визовых центров, эта услуга тоже может оказаться неактуальной.

Если в рамках «пакетного» туризма, отправляясь на тот или иной курорт турист доверяет оператору организацию перевозки, выбор места проживания, проведение экскурсий и питание, то при самостоятельном путешествии у туристов появилась альтернатива — возможность создавать «туристический продукт» самостоятельно, руководствуясь лишь желанием и финансовыми возможностями.

Самостоятельный туризм принято подразделять на дикий и цивилизованный. Под первым обычно подразумевают путешествия, которые осуществляются их участниками любыми доступными способами за минимальные деньги. На Западе последователей этого «бюджетного туризма» принято называть «бэкпекерами» (от англ. backpack — «рюкзак»). Они выбирают недорогие курорты, предпочитают селиться в хостелах, путешествуют всеми видами транспорта, питаются в столовых и кафе, экономя деньги для покупки бюджетных авиабилетов, чтобы продолжить свои путешествия. Бэкпекары представляют из себя определенную субкультуру [21].

Более распространенным сегодня является самостоятельный цивилизованный туризм. В данном случае путешественник не стремится максимально сэкономить, а скорее руководствуется чувством собственного комфорта. Кто-то частично пользуется услугами турагентств, а кто-то сам оформляет визы, заказывает авиабилеты, бронирует жилье через специализированные сервисы. Подобный вид путешествий принято называть «букингом». Причем желание сэкономить здесь может быть одним из факторов его выбора, а может и не быть. Все зависит от желаний каждого конкретного туриста [15].

Популярность сервисов онлайн-бронирования гостиниц и авиабилетов возникла не вчера, а имеет определенную устойчивую тенденцию по-



следние несколько лет. В ближайшие годы «букинг» по востребованности не сможет обогнать «пакетные туры». Хотя бы потому, что у традиционно-го выездного туриста по-прежнему много своих преимуществ. Но доля самостоятельных туристов, пользующихся специализированными сервисами постепенно растет, и на российском рынке online-travel продолжается смещение интересов Интернет-аудитории с готовых пакетов на отдельные продукты.

В настоящее время во всем мире наблюдается тенденция «замещения» традиционной индустрии туризма индустрией электронного туризма. Использование возможностей Интернета приводит не только к обновлению традиционных каналов сбыта, но и к появлению принципиально новых — виртуальных торговых площадок. Кроме этого, следует отметить, что в последние годы свое развитие получил веб-туризм, основная задача которого — обеспечить доступ ко всем туристическим услугам сети [22]. На фоне усиления индивидуального туризма, социальные сервисы становятся важнейшим средством влияния на туристов при принятии решений о поездке. Гостиничные предприятия также используют для увеличения сбыта социальные сети, среди которых YouTube, Twitter, Facebook, Vkontakte и другие, как с помощью создания групп, сообществ, размещения контента и фотографий, так и с помощью оплаты рекламы на сайтах.

Стремясь найти выгодные предложения и сэкономить на услугах турагентств, современные путешественники активно перетекают в онлайн, формируя новое веяние на туристическом рынке. Показатели в этом относительно новом, сегменте растут на сотни процентов в год, и развивается он гораздо быстрее, чем «старый» офлайновый рынок [16].

Безусловно, фактор моды сыграл значительную роль в развитии этого сегмента на рынке туризма и отдыха. Если раньше самостоятельные путешествия казались признаком низкого дохода, то сегодня, напротив, комплексная путевка все чаще кажется выбором человека ленивого и недостаточно информированного.

Организационные инновации в туризме тесно связаны с информатизацией и применением новейших коммуникационных технологий. За последние несколько десятилетий глобальные вычислительные мощности в мире увеличились в миллиард раз. Ценность информационных технологий обусловлена уникальными возможностями сбора, анализа и передачи информации куда угодно, мгновенно и с минимальными затратами.

С развитием Интернета меняются взаимоотношения между участниками туристского бизнеса. Интернет позволяет получить доступ к интересующим данным почти из любой точки нашей планеты, поэтому любая информация открыта, и ее всегда легко найти.

Многие туристские сайты носят индивидуальный характер, стараясь подобрать информацию для своих посетителей, как можно яснее представ-

ляя себе их желания и интересы. Различные рекламные сообщения, красочные фотографии, привлекательные описания направлений содействуют привлечению внимания потенциальных потребителей. Существует множество подобных Интернет-ресурсов, как на английском, так и на русском языках. В данной статье мы охарактеризуем наиболее востребованные информационные ресурсы, для тех, кто уже путешествует самостоятельно. Выбор был определен на основе опроса экспертов (пишущих о туризме журналистов, блогеров, профессиональных путешественников), а также проанализирован рейтинг сервисов, которые получили наиболее высокие оценки от аудитории сайта TripAdvisor.ru по версии портала Travel.ru.

Используя нижеописанные ресурсы, можно подготовиться к выезду в страну, собрать нужные документы, получить визу, составить маршрут, забронировать или снять жилье, а так же выбрать наиболее комфортное средство перемещения.

В Интернете существует множество форумов, на которых общаются самостоятельные путешественники. Информацию в них можно найти без регистрации, но для непосредственного общения с другими участниками необходимо оставить личные данные. Самый массовый по посещениям в России форум Винского (forum.awd.ru). Ежедневно к нему обращаются более 80 тысяч посетителей. Достоинством данного форума является обилие детальной информации по туристским возможностям стран и районов. На форумах общаются не только жители России, но и русскоговорящие граждане разных стран, они оказывают неоценимую помощь в поиске достоверных фактов.

На сайте Travel.ru имеется крупный раздел, посвященный визовым вопросам. Здесь можно узнать о правилах въезда во все страны мира, условиях получения виз, необходимых документах для подачи в посольство и др. Кроме того, на этом ресурсе можно воспользоваться удобным поиском отелей и билетов.

Tripadvisor.ru — крупнейший международный банк профессиональных и любительских отзывов обо всех туристических направлениях. Сайт насчитывает более 60 миллионов отзывов. Он содержит описание городов, курортов, достопримечательностей и интересных мест, а ежегодные рейтинги помогут сориентироваться в огромном выборе.

Lonelyplanet.ru — сервис только профессиональными отзывами. На сегодняшний день бренд Lonely Planet включает в себя не только сайт с огромной базой, но и журналы, гидов и сотрудников по всему миру.

Для поиска и бронирования выгодных авиабилетов используют удобные поисковики с предложениями разных агентств и авиакомпаний. Результаты можно сортировать по стоимости или длительности всего перелета. Популярные системы поиска и бронирования авиабилетов через Интернет — Onetwotrip, Aviasales, Skyscanner.

Skyscanner.com на сегодняшний день наиболее удобный и информативный сайт. Он позволяет найти билеты на свободные даты, выбрать предпочтительные билеты в разных аэропортах страны, разыскать дешевые билеты из точки отправления по всему миру.

Anuwayanuyday.com — сервис для поиска самых выгодных авиабилетов, имеет российское происхождение, удостоен не малого числа наград. В 2009 году получил звание «Золотой сайт Рунета» и «Лучшее онлайн-агентство по продаже авиабилетов» по версии Mail.ru [12]. А в 2012 году по версии Forbs занял четвертое место в тридцатке самых успешных российских Интернет-проектов[16].

Среди западных поисковиков можно отметить momondo.com и kayak.com. Все эти сервисы русифицированы, позволяют задать разные параметры поиска и увидеть динамику цен не только на выбранную дату, но и на ближайшие дни. Помимо городов и даты вы можете вводить ограничения по длительности пересадок и времени вылета и прибытия. К тому же они предлагают дополнительные услуги поиска отеля и бронирования автомобиля.

Воспользоваться сервисом Rome2Rio.com, можно для определения каким видом транспорта выгоднее будет путешествовать. Как добраться до любой выбранной страны на самолете, автобусе, поезде и автомобиле с указанием стоимости переездов.

Опытные путешественники знают, что многие аналогичные по ценам рейсы от разных авиакомпаний заметно отличаются между собой по качеству обслуживания. Для получения информации об удобствах для пассажиров, используются следующие ресурсы:

RouteHappy.com — на этом сайте можно узнать, будет ли в самолете wi-fi, какие предусмотрены развлечения для пассажиров и многое другое.

SeatGuru.com— здесь предоставлена информация о расстоянии между креслами на разных самолетах и выставлены оценки каждому рейсу.

AirlineMeals.com— информация о том, как кормят пассажиров различные авиакомпании.

Теперь рассмотрим порталы, посредством которых можно самостоятельно организовать размещение. Среди таких сервисов наиболее популярен Booking.com. Здесь у пользователя есть возможность задать массу параметров: поиск по цене, близости к центру города, типу отеля, количеству звезд или видам дополнительных услуг. Можно прочесть подробное описание выбранного номера и отзывы других постояльцев, сравнив положительные и отрицательные комментарии. Многие гостиницы предлагают забронировать номера без предварительной оплаты, но в таком случае цена окажется выше. Зато такое бронирование легко отменить, если позже вам попадется более удобный вариант размещения. Booking.com— далеко не единственный отельный поисковик для самостоятельных путешественников.

Схожие услуги предлагает Hotels.com — ведущий поставщик гостиничных номеров в мире, услуги бронирования через свою собственную сеть локализованных веб-сайтов и телефонных центров. Hotels.com предлагает путешественникам широкий выбор вариантов проживания как в независимых гостиницах, так и в крупнейших сетях отелей, а также самообслуживание в более чем 140 тысячах отелей по всему миру. Компания предлагает единый ресурс для получения информации о стоимости, удобствах и наличии номеров в отелях, а также специализируется в предоставлении путешественникам вариантов проживания во время периодов распродаж.

Ostrovok.ru — известный российский портал по поиску и бронированию отелей. Один из самых популярных отечественных сервисов по поиску и бронированию отелей и гостиниц в России и других странах мира. Компания была создана в 2010 году, и за этот короткий промежуток времени добилась значительных успехов на рынке отелейных сервисов. На данный момент база отелей, гостиниц и хостелов насчитывает более 130 тысяч объектов, и она постоянно растет. Одной из особенностей, является гарантия низкой цены. Это означает, что если найти номер дешевле на другом сайте, то можно обратиться в Ostrovok.ru, и они помогут снять номер по такой цене.

Oktoگو.ru — российский сервис, ориентирован на русскоязычного пользователя. Всего в базе Oktoگو.ru 250 тысяч гостиниц в 150 странах мира. С марта 2013 года на Oktoگو.ru стала доступна также функция бронирования авиабилетов. В феврале 2013 года Fast Company назвал Oktoگو самой инновационной российской компанией в своем рейтинге «The World's Top 50 Most Innovative Companies 2013». В сентябре 2012 года Oktoگو.ru выиграл премию «National Geographic Traveler Awards» в номинации «Лучший Интернет-сервис», которая каждый год определяет лучшие туристические направления и приближенные к ним услуги [9].

Hotellook.ru — огромная база по бронированию отелей в разных городах мира, здесь вы можете сравнить разные предложения и найти лучшее.

ApartmentsApart.com — крупнейшая европейская база по поиску аренды квартир и апартаментов. Здесь можно найти жилье значительно дешевле номера рядом расположенного отеля, при этом комиссионные сборы сайт не берет, также имеется русская версия сайта.

В последнее время многие туристы предпочитают снимать частные квартиры в разных странах. Такое жилье выгодное по стоимости и радует домашним комфортом. Выбрать и забронировать апартаменты тоже можно на специальных сайтах.

AirBnb.com — проект для тех, кто не хочет останавливаться в гостиницах: в аренду предлагаются апартаменты и квартиры от собственников.

Ниша подобных «квартир-гостиниц» сейчас занимает треть общего гостиничного рынка. За услуги сайт берет комиссию от 6 до 12 процентов, но общая цена все равно получится выгодной. Онлайн-площадка Airbnb.com дает возможность ненадолго сдать или снять жилье в разных странах мира. Факторы успешности Airbnb.com заключаются в медийном подходе к подаче материала, в профессиональных фотографиях уровня хороших гляцевых СМИ; систем гарантий и страховок для владельцев квартир и квартирoсьемщиков; собственной системе взаиморасчетов. Сайт позволяет владельцам и съемщикам жилья общаться напрямую, но при этом подстраховывает пользователей разными способами: показывает рейтинг, позволяет оценить личность потенциального хозяина или гостя по профилям в социальных сетях, удерживает стоимость проживания на 24 часа, прежде чем перевести деньги владельцу жилья, чтобы постояльцы успели оценить, соответствуют ли реальные условия проживания обещаниям.

Сервис Couchsurfing.com действует по принципу «обмен услугами». «Каучсёрфинг» — одна из крупнейших гостевых сетей, создана с целью содействия процессу глобализации. Члены сети бесплатно предоставляют друг другу помощь и ночлег во время путешествий и организуют совместные путешествия. Регистрируясь на сайте, люди размещают информацию о том, как они готовы помочь туристам в своем родном городе. Взамен они сами могут найти себе бесплатное жилье и гидов из числа других пользователей сайта.

Путешествия по системе «каучсерфинга», конечно, подходят не всем, и порой рискованы: ведь приходится доверять незнакомым людям. В результате чего, опытные пользователи и дают новичкам массу советов о том, как выбрать «каучсерфера» с надежной репутацией, самый простой совет — внимательно читать отзывы на сайте. С другой стороны, этот сайт позволяет совершать длинные путешествия по разным городам, без затрат на гостиницы, изнутри узнавать чужую культуру и усовершенствовать владение языками [25]. Сайт Couchsurfing.com пока не русифицирован, диалоги с потенциальными хозяевами придется вести на иностранных языках, поэтому туристам, которые не владеют хотя бы английским, этот вариант организации поездки не подходит.

Большинство европейцев путешествует самостоятельно, не пользуясь услугами туристических фирм, поэтому для них планировщик путешествий — вещь практически необходимая. Поскольку в России все больше людей выбирают самостоятельный отдых, планирование путешествия становится и для них незаменимым аспектом.

Для того чтобы составить маршрут и план путешествия, актуально применение специальных планировщиков. Теперь перед тем, как отправиться в путешествие можно совершить тест-драйв предстоящего отпуска в режиме виртуального времени. В Интернете есть несколько сайтов, кото-

рые помогают путешественникам спланировать маршрут до мелочей и просчитать практически каждый шаг. По результатам анализа, проведенного сотрудниками портала Yahoo.com, запрос «планировщик путешествий» оказывается в десятке самых популярных запросов сегменте Интернета.

Tripster.com — удобный сервис для планирования маршрутов и заказа экскурсий. С помощью этого сайта можно быстро составить маршрут по самым интересным местам разных стран.

Tripomatic.com — один из наиболее перспективных на сегодняшний день сервисов для планирования путешествий, не возникнет затруднений в создании детального плана посещения разнообразных мест понравившегося города и сохранить его в виде электронного документа или печатной инструкции.

Sputnik8.com — также имеет широкое предложение оригинальных экскурсий.

Глобальные компьютерные сети предоставляют мощные средства для организации прямого маркетинга. Практически у всех рассмотренных ресурсов, помимо сайта, имеется канал на YouTube, страница в Twitter и Facebook, Vkontakte. Кроме того, они существуют в виде приложений для смартфонов на таких платформах, как Google, Apple, Microsoft, Android.

Таким образом, эволюция и технический прогресс проникают в туризм и организацию экскурсионной деятельности: разрабатываются и предлагаются туристам уникальные мультимедийные путеводители и для мобильных телефонов, работающих при помощи GPS-навигации. Современному туристу не обязательно возить с собой стопки карт и тома путеводителей: ему достаточно телефона или планшета [6].

Сегодня мобильные приложения, созданные для планшетов и смартфонов, это инновационное средство стимулирования туризма. Использование передовых инновационных технологий также обладает огромным потенциалом в плане оптимизации времени и разнообразия выбора необходимого туристского продукта для путешественников. Благодаря информационному обмену в режиме реального времени, сокращению документации, необходимой при пересечении границ и ликвидации языковых барьеров, во время поездок потенциальные туристы получают огромные преимущества.

Туристический бизнес является мобильным направлением бизнеса. В среде передовых участников туристического рынка, в том числе российского, уже ведется активная работа по внедрению и адаптации мобильных технологий для оптимизации бизнеса и повышения качества услуг для туристов. Именно мобильные технологии окажут наибольшее влияние на способы поиска и бронирования путешествий в будущем [11]. Сотовый телефон с современной операционной системой и пакетом полезных для путешественников программ поможет сэкономить время и деньги, найти дос-

топримечательности и станет незаменимым помощником во время поездок. Мобильные технологии начинают играть очень важную роль в сфере продаж. Сегодня путешественник может оплачивать авиаперевозку со своего мобильного телефона и получать необходимый штрих-код для регистрации и посадки на самолет.

Таким образом, Интернет имеет значительное конкурентное преимущество перед офлайн-овыми туристическими агентствами в поиске оптимального тура: экономия времени, расширение выбора, стимулирование конкуренции. Однако рынок Интернет-туризма в России недостаточно развит в связи со слабой инфраструктурой, низкой вовлеченностью участников в формирование Интернет-предложений и недоверия у населения к крупным покупкам через Интернет. Преодоление данных препятствий будет способствовать развитию индустрии Интернет-туризма в России в будущем [14].

Самостоятельная организация поездки становится не просто модным и увлекательным занятием. Зарождается новый тренд, предлагающий путешественникам возможность выбрать новые еще неизведанные маршруты и гостиницы, которые рекомендуют в Интернете туристы, и рынку приходится подстраиваться под новые веяния.

#### **Список использованных источников:**

1. Аванесова Г. А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент / Г. А. Аванесова. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 318с.
2. Александров А. Ю. Новые информационные технологии в мировой индустрии туризма // География международного туризма. — М.: МГУ, 2003. — С. 174–194.
3. Барабанова Н. А. Информационное сопровождение туристской деятельности: практ. пособие. — М.: Литера, 2011. — 158 с.
4. Бочарников В. Н., Лаврушина Е. Г., Блиновская Я. Ю. Информационные технологии в туризме. М.: Флинта, 2008.
5. Бычков П. Г. Массовое сотрудничество как новейшая форма трансляции массовой культуры // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2012. №151. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/massovoe-sotrudnichestvo-kak-noveyshaya-forma-translyatsii-massovoy-kultury> (дата обращения: 12.05.2015).
6. Вишневская Е. В., Климова Т. Б., Богомазова И. В. Роль современных мобильных приложений в развитии регионального туризма // Журнал «Современные проблемы науки и образования». — 2014. — №6. — С.25.
7. Головкин Б. Информационный менеджмент массовой коммуникации — М.: Академический проект; Трикта, 2005.

8. Зырянов А. И., Зырянова И. С. Технология планирования самостоятельного путешествия // Географический вестник. 2013. №2 (25). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-planirovaniya-samostoyatelno-puteshestviya> (дата обращения: 13.05.2015).
9. Каурова Е. А. Информационные технологии в сервисе туризма // Соврем. науч. исслед. и инновации. — 2015. — №1; [Электронный ресурс]. — URL:<http://web.snauka.ru/issues/2015/01/45484> (дата обращения: 18.03.2015).
10. Кашфутдинова Э. О. Информационные технологии в туриндустрии // Студенческий научный форум — 2015: VII Междунар. студ. электрон. науч. конф. — [М.], 2015; То же [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/pdf/16967.pdf>
11. Климова Т. Б., Е. В. Вишневская Мобильные технологии в развитии туристских дестинаций// Научное обозрение. — 2014. — №8. — С. 666–669.
12. Малиновская С. Он-лайн бронирование: «за» и «против». Современные технологии интернет-продаж // Отель. — 2010. — №7. — С. 28–31.
13. Морозов М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. М.: Академия, 2004.
14. Никулина О. В. Инновационные технологии в сфере развития туризма в России и за рубежом / О. В. Никулина, Ю. К. Якунина // Экон. анализ: теория и практика. — 2013. — №9. — С. 49–59.
15. Общая информация // Booking.com ru [Электр. ресурс]. Режим доступа: <http://www.booking.com/general.ru.htmlsid=4810c0ad9ea1eb355545228e415b279b;dcid=2;tmpl=docs/about> (дата обращения: 29.03.2015).
16. Он-лайн туризм // Tadviser [Электр.ресурс]. Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php> (дата обращения:02.04.2015).
17. Плотникова Н. И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса // Информационные технологии в турфирме. — М.: Советский спорт, 2001.
18. Погорелов А. М. Влияние информационных технологий на развитие международного туризма // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2014. №1–1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-informatsionnyh-tehnologiy-na-razvitie-mezhdunarodnogo-turizma> (дата обращения: 12.05.2015).
19. Рябинина Ю. Интернет-сайты турфирм: агентства против операторов // Там же. — 2009. — №10. — С. 36–39
20. Серединин И. Г. Туристические объединения в сети Интернет // Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». — 2007. — №1. — С.137.
21. Сообщества и социальные сети в Интернете. — Режим доступа: <http://www.soobshestva.ru>
22. Теодорович Н. Н. Роль информационных технологий в развитии турбизнеса / Н. Н. Теодорович, И. Б. Муравьев // Сервис в России и за ру-



- бежом. — 2011. — №1. — С. 193–206; [Электронный ресурс]. — URL: [http://old.rguts.ru/files/electronic\\_journal/number20/24.doc](http://old.rguts.ru/files/electronic_journal/number20/24.doc) (дата обращения: 21.04.15).
23. Чудновский А. Д. Информационные технологии управления в туризме: учебное пособие / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. — 3-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2008. — 104 с.
  24. Lauterbach, D., Truong, H., Shah, T., Adamic, L.: Surfing a web of trust: Reputation and reciprocity on Couchsurfing.com. In: IEEE International Conference on Computational Science and Engineering, vol. 4, p. 4, pp. 346–353 (2009).
  25. David Picard, Sonja Buchberger Couchsurfing Cosmopolitanisms Can Tourism Make a Better World pp. 160 (2008).

## **ПРЕДПОЧТЕНИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ ТАЙСКИХ ТУРИСТОВ ПРИ ВЫБОРЕ ТУРА В РОССИЮ**

*Равеечатпхонг Т.,  
Оконникова Т. И.*

Роль туризма очень важна в современном мире. Туризм затрагивает все сферы деятельности общества, в том числе культуру, экономику, социальную жизнь. Россия является большой страной и, безусловно, находится в числе великих держав мира. Это во многом обусловлено авторитетом ее замечательных писателей, музыкантов, художников, архитекторов, ученых. Для многих людей, живущих в самых различных странах мира, Россия — прежде всего, это родина Л. Толстого, Ф. Достоевского, Б. Пастернака, М. Мусоргского, П. Чайковского, А. Скрябина, С. Прокофьева, С. Рахманинова, Д. Шостаковича, К. Малевича, И. Павлова, И. Мечникова, Д. Менделеева и многих других великих деятелей искусства и науки, вписавших свои имена не только в национальную, но и мировую культуру. Россия велика своими художественными и научными школами. Весь мир знает современных русских пианистов, скрипачей и виолончелистов, певцов, мастеров балета, физиков и математиков.

Сегодня, когда говорят о привлекательности России как туристского пространства, имеют в виду не только выдающиеся творения русских архитекторов, красоту старинных русских городов, глубину народной культуры, воплощенную в фольклоре, в творениях народных мастеров, но и мощный природный и архитектурный туристский потенциал страны.

Каждый год немало тайских туристов путешествует по России. Тайских туристов в России удивляет очень многое, Россия очень привлекательная страна для путешествий. Наверняка, желающих приехать из Тай-

ланда в Россию было бы больше, но есть ряд существенных проблем. Первая проблема — это языковой барьер. Вторая — большая часть путешествующих и потенциальных туристов знают только Москву и Санкт-Петербург, самые крупные города России, не имея никакого представления о российской глубинке. Поэтому, актуальной задачей туристской индустрии становится расширение границ представления о России, адаптации туристической индустрии России, ее различных регионов к потребностям иностранных, в том числе тайских, туристов.

В рамках решения этой задачи нами было проведено социологическое исследование среди потенциальных тайских туристов, заинтересованных путешествовать по России.

Исследование было проведено с целью выявления потребностей и возможностей населения Тайланда при путешествиях в Россию.

Место проведения исследования — Таиланд.

Срок проведения исследования — август 2014 — январь 2015 года.

Исследование проводилось в два этапа. В ходе первого этапа была разработана анкета, содержащая 6 общих вопросов с вариантами ответов и 8 вопросов о туристских привычках.

В ходе второго этапа было проведено анкетирование, выполнен подсчет полученных данных, сделаны соответствующие выводы.

Всего в опросе принимало участие 200 респондентов, среди них 60 % — мужчин, 40 % — женщин.

В опросе приняли участие респонденты различных возрастных групп: люди моложе 25 лет, 25–34 года, 35–44 года, 45–54 года, а также группа людей зрелого возраста — старше 54 лет. Кроме того, опрашиваемые респонденты делились по половой принадлежности и по уровню образования на следующие критерии: общеобразовательная школа, бакалавр, магистр, аспирант.

По возрасту респонденты распределились следующим образом: до 25 лет — 10 %, 25–34 лет — 45 %, 35–44 лет — 35 %, 45–54 лет — 10 % (рис. 1).

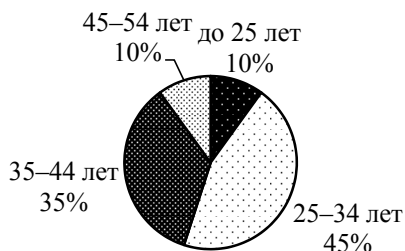


Рис. 1. Возрастной состав респондентов

90 человек, а это почти половина анкетированных, имеют образование со степенью «бакалавр», 110 человек — 55 % анкетированных — являются магистрами.

Статус респондентов: 130 человек — 65 % анкетированных не состоят в браке, замужем/женаты — 35 % .

По профессии респонденты распределились следующим образом: государственными служащими являются 40 % опрошенных, специалистами — 35 %, рабочими — 20 %, предпринимателями — 10 %.

По доходу респонденты распределились следующим образом: 5 % имеют доход меньше, чем 30,000 батов; 30,000 — 50,000 батов — доход 40 % опрошенных; доход от 50,001 до 100,000 батов имеют 40 % респондентов; больше, чем 100,000 батов — 25 % респондентов.

При анализе ответов на вопросы анкеты установлено следующее.

При ответе на вопрос «Какие достопримечательности вы хотели бы посетить в России?» 50 % опрошенных ответили «природные достопримечательности», 40 % — «исторические достопримечательности и памятники», 10 % — «культурные достопримечательности». При этом к большинству продемонстрировавших желание посетить исторические достопримечательности и памятники относится более молодое поколение женского и мужского пола (45 % и 25 % респондентов группы от 25 до 34 лет и от 35 до 44 лет соответственно).

Ответ на второй вопрос анкеты: «Где бы вы хотели остановиться во время путешествия для проживания?» показал, что большинству респондентов всех категорий и по возрасту, и по половому признаку, и по образованию (70 %) наиболее близким вариантом оказался вариант ответа «гостиница»; 30 % выбрали вариант «хостел».

Ответ на третий вопрос анкеты: «Какой фактор является для Вас определяющим при выборе места проживания?» показал, что половина респондентов всех категорий выбрала ответ «поблизости с достопримечательностями»; 25 % опрошенных выбрали ответ «цена» и 25 % ответили: «наличие сайта».

Большинство опрошиваемых — 65 % — ответили, что готовы заплатить за 1 ночь проживания от 500 до 999 батов, 35 % — от 1000 до 1499 бат.

100 % респондентов хотели бы провести в России 5–9 дней.

На вопрос «Когда Вы предпочитаете отдыхать?», большинство респондентов более молодого возраста ответили «июль» (50 %). Остальные категории респондентов хотели бы путешествовать в июне (20 %), в марте (15 %), в январе (15 %).

При ответе на вопрос: «С кем Вы чаще всего путешествуете?», наивысшие оценки получили такие параметры, как «с друзьями» (50 %), «с семьей» (35 %), «в одиночку» (15 %).

При ответе на вопрос: «Что влияет на ваше решение путешествовать?» большинство ответили «интернет» (70 %). Данный вариант ответа выбрали респонденты от 25 до 34 лет. Ответ «журнал» выбрали 15 % респондентов из категории от 35 до 44 лет. 10 % ответили «друзья / кузены». И только 5 % ответили: «турагентство».

Таким образом, в результате обработки данных опроса получен достаточный объем информации, позволяющий сделать объективные выводы о реальных потребностях и возможностях потенциальных тайских туристов разного возраста при путешествиях в Россию:

1. Большинство туристов, участвовавших в опросе, указало на то, что им интересно посетить в России природные и исторические достопримечательности.

2. Во время путешествия для проживания респонденты предпочитают останавливаться в гостинице.

3. Определяющим фактором выбора места проживания являются цена и близость к достопримечательностям.

4. Абсолютно все респонденты выбирают продолжительность тура в 5–9 дней.

5. Предпочтительным временем отдыха является июль.

6. Большинство респондентов предпочитают путешествовать с друзьями.

7. На выбор места, времени и продолжительности путешествия в большей степени оказывает влияние Интернет.

Выводы, полученные в результате исследования могут быть полезными для туроператоров, заинтересованных в привлечении в Россию туристов из Тайланда. Также они могут быть использованы государственными службами, курирующими развитие въездного туризма в Россию.

## **СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ РЕКЛАМЫ В ТУРИЗМЕ**

*Нелаева О. В.*

Реклама оказывается практически единственным инструментом воздействия на рынок. Реклама отличается огромным разнообразием форм. Она служит различным целям, оказывая большое влияние на экономику, идеологию, культуру, социальный климат, образование и многие другие аспекты современной действительности. Однако ее традиционное назначение — обеспечение сбыта товаров и прибыли рекламодателю. Формируя спрос и стимулируя сбыт, заставляя покупателей покупать товары и ускоряя процесс «купли-продажи», а отсюда и оборачиваемость капитала, реклама выполняет на рынке экономическую функцию. Кроме того, она осу-

ществляет также информационную функцию. В этой роли реклама обеспечивает потребителей направленным потоком информации о производителе и его товарах, в частности, их потребительской стоимости.

Спрос как экономическая категория рынка, с одной стороны, предполагает желание людей удовлетворять те или иные потребности, а с другой — требует его обеспечения адекватной покупательной способностью населения. Являясь массовой и социальной категорией, спрос формируется под воздействием множества экономических, демографических, сезонных, социокультурных факторов, что определяет общие или обобщенные по разным сегментам закономерности поведения людей на потребительском рынке. Вместе с тем каждый отдельно взятый потребитель формирует собственный, так называемый «черный ящик сознания покупателя», строго индивидуальный и определяющий приоритеты данного человека на рынке.

Формирование спроса — это целенаправленные действия со стороны продавцов, экспортеров товара, маркетинговые усилия фирм и предпринимателей, проводимые в интересах возбуждения, повышения спроса потенциальных покупателей, потребителей на определенный товар. Основным инструментом формирования спроса служит реклама, информирование потребителя о новом для него товаре. Спрос на туристский продукт, обеспеченный денежными средствами, в первую очередь отражает уровень экономического и социального развития этой страны. Так, в Российской Федерации только 10 % населения может фактически воспользоваться туристскими услугами за счет семейного бюджета. На потребительский спрос оказывают влияние следующие факторы: демографический, географические и климатические условия страны, политическая и экономическая стабильность, безопасность в стране пребывания и другие. Кроме этого на туристский спрос оказывают влияние сезонные колебания, которые также имеют свои особенности.

Спрос в сфере туризма в общем и целом подвержен влиянию большинства факторов, сопровождающих его формирование на рынках большинства товаров и услуг. Основные тенденции поведения потребителей в значительной степени определяются демографическими характеристиками страны, региона, города, населенного пункта. Их мониторинг позволяет прогнозировать изменение спроса на те или иные товары и услуги.

Реклама, как и любой другой вид маркетинговых коммуникаций, играет важную роль в реализации стратегии туристской фирмы. Она оказывает социально-культурное и психологическое воздействие на общество. Цивилизованная реклама — это не манипулирование общественным сознанием, а формирование актуальных, направленных на саморазвитие потребностей человека. Реклама дает потребителю новые знания, опыт, усиливает удовлетворенность от покупки. С помощью рекламы туристские

предприятия осваивают новые рынки сбыта. Будучи средством конкурентной борьбы, реклама обостряет ее, способствуя повышению качества туристского обслуживания.

Реклама позволяет увеличить объемы продаж. Масштабный сбыт туристских услуг обеспечивает туристской фирме рост доходов, достойную оплату труда персонала.

В наши дни, когда темпы развития туристской рекламы в России значительно отстают от темпов развития самого рынка туристских услуг, расширения ассортимента и роста конкурирующих фирм, проблема качества создания, внедрения и востребованности такой рекламы, несомненно, является актуальной. По мере развития маркетинговых коммуникаций усложняется структурирование туристской рекламы. Существует множество классификаций, вот лишь некоторые из них.

В зависимости от объекта рекламирования можно говорить о рекламе товарной и престижной. Если основная задача товарной рекламы — формирование и стимулирование спроса на туристский продукт, информирование потребителей о достоинствах продукта, то престижная, или имидж-реклама, представляет собой рекламу достоинств, выгодно отличающих фирму от конкурентов. По направленности выделяют рекламу возможностей, призванную довести до целевой аудитории информацию о возможностях предприятия в данной области и рекламу потребностей туристской фирмы, предназначенную для информирования деловых партнеров о ее потребностях в чем-либо (например, в привлечении посредников, найме на работу сотрудников и т. п.). В зависимости от характера и особенностей сообщения различают информативную, убеждающую и напоминающую рекламу. Информативная доводит до потенциальных клиентов информацию о фирме в целом, об услугах и их достоинствах. Наиболее агрессивный вид рекламы — убеждающая. Ее задача состоит в последовательном убеждении клиентов в преимуществе рекламируемого продукта. И, наконец, напоминающая реклама предназначена для поддержания осведомленности клиентов о существовании определенного продукта на рынке. Чаще всего это продукт, уже пользующийся стабильным спросом. Кроме того, рекламу классифицируют по способу воздействия на целевую аудиторию, по степени сконцентрированности на определенном сегменте, по охватываемой территории, источникам финансирования и средствам распространения.

Реклама в туризме является формой косвенной связи между туристическим продуктом и потребителем. Это означает, что, предоставляя информацию о компании и ее турпродукте, реклама должна убедить потенциальных клиентов остановить свой выбор именно на данной компании и ее продукте, усилить уверенность постоянных клиентов в правильности их выбора.

В туризме различают рекламу:

- первоначальную — ознакомление заранее установленного круга потребителей с новым для данного рынка туристским продуктом или услугой путем сообщения подробных сведений о качестве, цене, способе потребления, месте проведения туристской акции;
- конкурентную — выделение рекламируемого туристского продукта из массы аналогичной продукции, выпускаемой конкурирующими туристскими фирмами;
- сохранную — поддержание высокого уровня спроса на ранее рекламированный туристский продукт.

Реклама в туризме — функция маркетинга как совокупность психологических, правовых, экономических и управленческих методов добросовестного воздействия на человека и средств оповещения турфирмой потенциальных покупателей туристских услуг об их качестве, цене, достоинствах, особенностях, удобстве, безопасности потребления, а также об имидже турфирмы с целью продажи услуги или поддержания у покупателей интереса к ней.

Вся рекламная деятельность состоит на глубоком и профессиональном знании психологии покупателя и зависит от факторов, которые только неискущённому наблюдателю могут показаться мелочами. Психологические переживания реального покупателя проходят сложнейшую эволюцию — от размышлений или сомнений в необходимости приобретения товара (особенно если он достаточно дорог или непривычен) до восстановления равновесия и спокойствия от сознания в уверенности правильной покупки.

Развитие туризма сложно представить без яркой, меткой и действенной рекламы. Она осуществляет значительное психологическое и социокультурное влияние на общество. Однако такое влияние не следует расценивать как принуждение или побуждение потребителей туристических услуг к тем или иным действиям, ведь современная цивилизованная реклама — это не манипулирование общественным мнением, а профессиональное формирование актуальных потребностей, направленных на саморазвитие человека. Например, точным можно считать такое рекламное обращение, которое, пропагандируя занятия спортом и здоровый образ жизни, предлагает с помощью туристической фирмы отдохнуть на горнолыжном курорте и воспользоваться всем комплексом услуг по укреплению здоровья человека, которые там предлагаются. Реклама туристического продукта имеет ряд особенностей, которые определяются спецификой туристических услуг:

1. Туристические услуги, в отличие от традиционных товаров, не имеют постоянных свойств, таких как качество, вкус, полезность, поэтому требуют приоритетного развития таких функций рекламы, как информирование и пропаганда. Туристические услуги «обычными» не бывают, а каждый туристический маршрут, комплекс — уникальный.

2. Специфика туристических услуг диктует необходимость применения визуальных наглядных средств, которые полнее освещают объект туристического интереса. Именно в туризме реклама должна соответствовать принципу «лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Скажем, качественная фотография рекламируемого санатория способна осуществить гораздо большее эмоциональное влияние на аудиторию, чем самое красноречивое повествование о том же санатории. Поэтому обязательно следует использовать фото-, видео- и другие мультимедийные средства.

3. Реклама в туризме, которая обещает потребителям определенные выгоды и преимущества над предложениями конкурентов, прежде всего экономического характера, лучше достигает своей цели. Благодаря рекламе потенциальный потребитель должен поверить, что именно данная фирма сэкономит ему деньги и позволит получить наибольшее удовольствие от туристических услуг.

Качественная и профессионально выполненная реклама дает двойной эффект. С одной стороны она помогает туристическим предприятиям осваивать новые рынки сбыта, расширять объемы продаж, с другой — увеличивать собственные доходы фирмы, за счет которых можно обеспечить надлежащую оплату труда персонала. Это, в свою очередь, способствует росту заинтересованности персонала в результатах совместной деятельности. Реклама имеет большое значение также в прогнозировании и планировании работы туристической фирмы. При ее посредничестве можно установить обратную связь с рынком, то есть потребителями услуг. Например, с помощью анкет или купонов, которые можно распространять вместе с различными товарами, фирма получает информацию, которая позволяет ей лучше прогнозировать спрос на свои услуги и соответственно строить стратегию действий.

Туристская реклама несет большую ответственность за истинность и точность продвигаемых с ее помощью сообщений:

– услуги, которые, в отличие от нетрадиционных товаров, не имеют постоянного качества, вкуса, полезности, нуждаются в приоритетном развитии таких функций рекламы, как информирование и пропаганда;

– специфика туристских услуг предполагает необходимость использования зрительных, наглядных средств, более полно отражающих объекты туристского интереса, поэтому в рекламе часто используются фотоматериалы, картины, красочная изoproдукция;

– реклама является постоянным спутником туризма и обслуживает людей не только до, но и во время, и после путешествия, что накладывает на нее определенную ответственность и придает ей характерные черты, не свойственные рекламе других товаров и услуг.

Таким образом, установление обратной связи с потребителями с помощью такого способа можно признать целесообразным и перспективным,



поскольку оно позволяет контролировать продвижение туристических услуг, вносить коррективы в бытовую деятельность, создавать и закреплять у потребителей устойчивое понимание преимуществ услуг определенных туристических фирм. Эти преимущества в сознании потребителей можно оформить в систему под лозунгом: «эксклюзивное обслуживание и скидки — для постоянных клиентов, внимание и безупречный сервис — для всех» определенным построением рекламных обращений. Важно подчеркнуть, что, как показывает опыт рекламных кампаний ведущих туристических фирм мира, реклама должна учитывать особенности страны, региона, социальное и политическое положение в обществе. Реклама в отечественном туризме ни в коем случае не должна маскировать низкий уровень качества туристического продукта и обслуживания клиентов. Качественная реклама должна быть правдивой, пропагандировать здоровый образ жизни, культуру и порядочность в человеческих отношениях.

#### **Список использованных источников:**

1. Головлева, Е. Л. Основы рекламы / Е. Л. Головлева. — М.: ОАО «Московские учебники», 2006. — 271 с.
2. Дмитриевой Л. М. Основы рекламы: Учебное пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
3. Дурович А. П. Реклама в туризме: Учебное пособие. — М.: Новое знание, 2003.
4. Кириллов А. Т., Маслова Е. В. Реклама в туризме. — СПб., 2002.

## **РАЗДЕЛ 7**

# **ОРГАНИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖНОГО И ДЕТСКОГО ДОСУГА**

### **МОЛОДЕЖНЫЙ СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)**

*Наймушина Т. Ю.*

Практика последних десятилетий убедительно доказывает, что в быстро изменяющемся мире стратегические преимущества будут у тех государств, которые смогут эффективно развивать и продуктивно использовать инновационный потенциал развития, основным носителем которого является молодежь. Молодежь — главный ресурс развития страны в XXI веке.

В настоящее время проблема формирования здорового образа жизни и культуры здоровья молодежи является чрезвычайно важной и актуальной. Осуществить поиск новых эффективных форм вовлечения молодежи в активные занятия, связанные с формированием культуры здорового образа жизни — физической культурой и рациональным питанием; обобщить и распространить лучший опыт, практику и стандарт развития здорового образа жизни в субъектах Российской Федерации; сформировать механизмы объединения усилий государственных муниципальных органов власти, коммерческих, некоммерческих и общественных организаций для решения задач популяризации здорового образа жизни в молодежной среде — вот те основные задачи, стоящие на сегодняшний день перед государственными органами власти всех уровней.

Регулярные занятия физической культурой и спортом являются важнейшей составляющей (базой) для формирования здорового образа жизни, способствуют отвлечению молодежи от прогрессирующих негативных явлений, таких как наркомания, пьянство, табакокурение и преступность.

Молодежный спортивно-оздоровительный туризм является на наш взгляд универсальным решением, обеспечивающим формирование у молодежи потребности в здоровом образе жизни и физической активности, а также содействует организации занятости, отдыха и досуга молодежи. Спортивно-оздоровительный туризм как массовое физкультурное движение является одним из самых результативных средств повышения функциональных резервов человеческого организма и эффективным способом самооздоровления личности [2, с.7].

Спортивно-оздоровительный туризм не нуждается в дорогостоящем снаряжении и высококомфортной материально-технической базе: гостиницах, стадионах, бассейнах и др. Для слаженной работы спортивно-оздоровительного туристского движения необходимы лишь туристские клубы в городе как организационно-методические и просветительские центры, туристское снаряжение и сеть туристских приютов на маршрутах. Сегодня затраты, в том числе из бюджетных средств, идут в основном на содержание клубов, организацию и проведение спортивных мероприятий, снаряжение и обеспечение минимального сервиса в природной среде. Сам путешествующий на такой поход тратит минимальные финансовые средства, оплачивая лишь свое питание, личное туристское снаряжение и необходимые транспортные расходы на передвижение к месту начала похода [5, с.37].

Выгодность спортивно-оздоровительного туризма подтверждается также практической пригодностью большей части территории Российской Федерации для проведения спортивно-оздоровительных туристских мероприятий.

Природные условия Удмуртской Республики дают широкие возможности для развития водного, пешеходного, лыжного, велосипедного, конного и спортивно-оздоровительного туризма. В пределах Удмуртии возможна организация походов I, II и III категории сложности (с элементами IV категории сложности). Территория Удмуртии богата уникальными природными ресурсами и памятниками. В Удмуртии берет свое начало одна из крупнейших рек Европы — Кама. На всем протяжении вдоль реки расположены многочисленные древние городища и поселения. Удмуртия отличается красивыми природными ландшафтами, заповедниками, памятными историческими местами, музеями, памятниками народного, деревянного зодчества, монументального искусства. Историко-культурное наследие Удмуртии предоставляет возможность для разработки большого числа культурно-познавательных, образовательных и культурно-развлекательных туров и экскурсионных программ, которые могут быть включены в туристскую программу спортивно-оздоровительных мероприятий.

Спортивно-оздоровительный туризм, объединяя в себе наиболее эффективные оздоровительные виды рекреационной деятельности, существует большей частью за счет финансового и материального самообеспечения и является самым дешевым и доступным видом туризма для всех категорий населения, в том числе и для молодежи. В связи с этим этот вид туризма требует особой государственной поддержки и создание системы спортивно-оздоровительного туризма, как на федеральном, так и на региональном уровне.

Укрепление здоровья населения, формирование здорового образа жизни и приобщение молодежи и других групп населения к регулярным занятиям физической культурой и спортом — приоритетные направления

государственной политики Удмуртской Республики. Популяризация здорового образа жизни, развитие массового спорта и внутреннего туризма включено в «Стратегию социально-экономического развития Удмуртской республики на период до 2025 г.» [4, с.32].

Министерство по физической культуре, спорту и молодежной политике УР являясь исполнительным органом государственной власти Удмуртской Республики, проводит государственную политику и осуществляет регулирование деятельности в области физической культуры, спорта и молодежной политики в республике. На сегодняшний день реализуется республиканская целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012–2018 годы», в рамках которой развивается спортивно-оздоровительный туризм. В Республиканской целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской республике на 2012–2018 годы» одним из перспективных видов туризма признан спортивно-оздоровительный туризм [3, с.5].

Минспорт УР проводится комплекс мер, направленных на популяризацию и активное развитие спортивно-оздоровительного туризма в республике. Особое внимание Минспорт УР уделяет работе со студенческой и учащейся молодёжью, проводятся спартакиады, фестивали студенческого спорта и спортивно-оздоровительного туризма, универсиады. По результатам проведения республиканских спартакиад молодежные сборные команды Удмуртской Республики достойно представляют республику в окружных и всероссийских стартах — таких, как: всероссийские зимние и летние сельские спортивные игры, спартакиада допризывной молодежи (ПФО и РФ), всероссийский фестиваль студенческого спорта, летняя и зимняя «Универсиады» [1, с.13]. Так например, в составе сборной представитель Удмуртии, Тимофей Волков, совершил уникальный лыжный поход самой высокой категории сложности по арктическим районам России. Команда заняла 2 место на Всероссийском чемпионате по спортивному туризму в дисциплине маршруты лыжные.

В сезоне 2011 — 2012 учебного года проведена двадцать первая Спартакиада среди учебных заведений начального, среднего и высшего профессионального образования. В программе спартакиад проведено 38 спортивно-массовых мероприятий, в т. ч. спортивно-туристской направленности. Благодаря организации спартакиад в учебных заведениях продолжают работать спортивные секции, клубы, проводятся спартакиады среди групп, факультетов. Лидерами спартакиад являются студенты Удмуртского государственного университета.

Туристский клуб Удмуртского государственного университета «Траверз» является крупнейшей студенческой организацией спортивно-оздоровительного туризма в Удмуртии. Благодаря значительному опыту и грамотному организационному подходу «Траверз» на сегодняшний день,

можно назвать, координатором многих студенческих программ спортивно-оздоровительного туризма в республике.

Большую популярность у молодежи республики приобрели всероссийские массовые спортивные акции, такие как «Оранжевый мяч», «Российский Азимут», «Лыжня России», «Кросс Нации», «Рогейн» (спортивное ориентирование) и др. Туристско-спортивные акции проводятся как большие спортивные праздники в большинстве муниципальных образований республики.

Ежегодно проводятся республиканские чемпионаты и первенства по пешеходному, лыжному, горному, водному и велотуризму. Проводятся туристские слеты учебных заведений, предприятий, учреждений, массовые мероприятия, а также походы выходного дня. Самым массовым является республиканский фестиваль спортивно-оздоровительного туризма «Кругосветка Удмуртии». Его целью стали привлечения населения всех возрастов к занятиям физической культурой, организация активного, здорового досуга граждан, пропаганда здорового образа жизни и вело-пешеходного туризма.

Кроме органов государственной власти развитию молодежного спортивно-оздоровительного туризма в Удмуртии способствуют такие общественные организации как республиканская детско-молодежная общественная организация «Союз туристов и краеведов Удмуртии» и региональная общественная организация «Федерация студенческого туризма Удмуртской Республики».

Целью Республиканской детско-молодежной общественной организации «Союза туристов и краеведов Удмуртии» является содействие развитию массового спортивно-оздоровительного и туристско-краеведческого движения в Удмуртии. «Союз туристов и краеведов Удмуртии», являясь членом Туристско-спортивного союза России, осуществляет организационную, методическую и учебно-тренировочную работу в сфере детско-молодежного и спортивно-оздоровительного туризма в республике. При Союзе зарегистрирована туристско-спортивная маршрутно-квалификационная комиссия с целью обеспечения безопасности проводимых туристских мероприятий. Деятельность маршрутно-квалификационной комиссии позволяет значительно увеличить безопасность и управляемость спортивно-туристского движения, повысить уровень технической подготовки туристов-спортсменов и судей. Маршрутно-квалификационная комиссия проводит консультирование по выбору маршрута, дает заключение о соответствии категории сложности заявленного маршрута опыту руководителя и участников группы, контролирует прохождение туристскими группами заявленного маршрута, рассматривает отчетные документы о совершенных походах и дает заключение на присвоение инструкторских, спортивных званий и разрядов.

В целях привлечения к занятиям спортивно-оздоровительным туризмом Союз проводит массовые мероприятия для молодежи: велопешеходную прогулку «Ижевская кругосветка», школьные и студенческие туристские слеты, походы выходного дня. Для выявления сильнейших спортсменов и туристских команд проводятся соревнования, чемпионаты и первенства Республики по спортивным туристским походам и туристскому многоборью. Молодежные команды Союза туристов Удмуртии занимают призовые места на Чемпионатах России, Чемпионате Приволжского федерального округа, Чемпионате г. Москвы по спортивному туризму.

Разработаны и реализуются проекты: «Коллекция звездных путешествий по родному краю», «Школа туристской подготовки», «Школа подготовки инструкторов и руководителей походов».

Целями и задачами региональной общественной организации «Федерация студенческого туризма Удмуртской Республики» являются пропаганда спорта и активного отдыха, пропаганда здорового образа жизни, военно-патриотическое воспитание молодежи. Федерация студенческого туризма Удмуртской Республики занимается организацией и проведением туристических слетов, туристических полос, спортивных походов, тренировок, поездок в пещеры, корпоративов, тимбилдинга, фестивалей и чемпионатов по туризму и военному лазертагу.

Для вовлечения молодежи в регулярные занятия активными формами туризма создаются туристские клубы. На сегодняшний день в республике действуют такие турклубы как «Вертикаль», «Фрегат», «ВездеХод», альпклуб «Энергия». клуб спортивного велотуризма «Атлант» и др. Туристские клубы являются основными организационно-методическими центрами спортивно-оздоровительного туризма в республике.

Для популяризации молодежного спортивно-оздоровительного туризма в республике все проводимые мероприятия освещаются в печатных СМИ, в телевизионных передачах, в радио эфире, на официальных сайтах Минспорта Удмуртской Республики, города Ижевска, на сайте Туристско-спортивного союза России, а также на официальном сайте Союза туристов Удмуртии и в социальных сетях.

Подводя итог, отметим, что молодежный спортивно-оздоровительный туризм — самый эффективный подход, направленный на привлечение молодежи к регулярным занятиям физической культурой и спортом, здоровому образу жизни. Кроме того, спортивно-оздоровительный туризм является одной из совершенных форм использования свободного времени и содействия подготовке молодежи к трудовой деятельности и активному участию в развитии общества. Эти цели достигаются посредством решения в ходе подготовки и проведения туристских походов, слетов, соревнований, форм клубной работы таких задач, как патриотическое и интернационалистское воспитание, ознакомление на месте с жизнью и культурой на-

селения, развитие и совершенствование физических и морально-волевых качеств человека, содействие военно-прикладной подготовке, расширение кругозора, повышение общего уровня культуры в результате приобщения к отраслям знаний, лежащих за пределами профессиональных интересов, воспитание гражданственности и коллективизма, способствование формированию активной, политически и нравственно правильной жизненной позиции у каждого туриста.

#### **Список использованных источников:**

1. Материалы итогового заседания коллегии Министерства по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики. — Ижевск, 2013. — 43 с.
2. Пасечный П. С., Фадеев Б. Г. Основы организации и управления самостоятельным туризмом. — М.: ЦРИБ Турист, 1980. — 63 с.
3. Республиканская целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012–2018 годы». Постановление Правительства Удмуртской Республики от 04.06.2012 № 237. 18 с.
4. Стратегия социально-экономического развития Удмуртской республики на период до 2025 г. Ижевск, 2010. 132 с.
5. Федотов Ю. Н., Востоков И. Е. Спортивно-оздоровительный туризм. — М.: Советский спорт, 2002. — 364 с.

### **ОБ ОПЫТЕ РАБОТЫ РЦДОД В ОБЛАСТИ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА И КРАЕВЕДЕНИЯ**

*Якимова Т. Ю.*

Республиканский центр дополнительного образования детей (далее РЦДОД), исторически организующий туристско-краеведческую деятельность в системе образования Удмуртской Республики, определен Федеральным центром детско-юношеского туризма и краеведения ведущим учреждением региона и проводит работу в этом направлении.

В Центре, который был создан в 1950-е годы как республиканская детская туристско-экскурсионная станция, эта деятельность осуществляется в форме традиционных мероприятий Республиканского туристско-краеведческого движения учащихся «Моя Удмуртия»: конкурс туристско-краеведческих маршрутов «Родные просторы», отражающий организацию походов и краеведческих путешествий по родному краю в образовательных учреждениях республики, Слёты актива туристско-краеведческого движения, активов школьных музеев, олимпиада по краеведению, краевед-

ческие чтения, генеалогическая конференция и летний республиканский туристско-краеведческий фестиваль «Моя Удмуртия». Все эти мероприятия призваны удовлетворить потребности обучающихся в содержательном освоении территории своей малой Родины.

Социально-значимым результатом активной краеведческой поисковой и исследовательской работы детей и педагогов всегда был и остается школьный музей. Феномен школьного музея сегодня по достоинству оценён не только педагогическим сообществом. Это место хранения наибольшей части историко-культурного материального наследия региона (доля музейных фондов, хранящихся в негосударственных музеях республики — более половины, из них 80 % приходится на фонды музеев образовательных учреждений) [1]. Школьные музеи сегодня становятся центральными объектами туристических маршрутов, разрабатываемых учреждениями культуры в сельских районах: с. Кулига в Кезском районе, с. Первомайское в Киясовском районе, с. Тыловой в Дебесском районе, с. Кестым в Балезинском районе и др. Экскурсоводами по экспозициям школьных музеев часто выступают сами обучающиеся в старших классах, прошедшие обучение по программам дополнительного образования детей «Школа юного экскурсовода», «Активисты школьных музеев».

Для активизации этой работы отдел краеведения и школьных музеев РЦДОД организует методическую работу по созданию и организации музеев в образовательных учреждениях, ведет их учёт и паспортизацию в Общероссийском реестре Федерального Центра ДЮТик.

Сегодня сеть музеев образовательных учреждений Удмуртской Республики, составляющих негосударственную часть музейного фонда Российской Федерации очень обширна, количество их значительно: в учреждениях образования Республики работает 155 музеев, в том числе: в общеобразовательных школах — 131 музей, в учреждениях среднего профессионального образования - 7 музеев, в начальном профессиональном образовании — 9, в учреждениях дополнительного образования детей — 8 музеев. При этом, приведенные данные касаются только музеев, имеющих свидетельства о включении в федеральный реестр музеев образовательных учреждений и не учитывают разнообразные формирования музейного типа — комнаты, выставки, уголки, экспозиции, которых насчитывается ещё до 240. В основных фондах школьных музеев находится более 80-ти тысяч единиц хранения (музейных предметов), более 800 из них являются особо ценными, уникальными, состоят на особом учёте.

РЦДОД организует деятельность ребят с использованием экспозиций школьных музеев с целью стимулирования формирования музейных профильных компетенций. В 2012 году многие республиканские конкурсы были посвящены Году российской истории: конкурс исследовательских работ музееведов «История одного экспоната», Фестиваль активов музеев



образовательных учреждений «Наследники». Республиканские выставки из фондов школьных музеев стали традиционной формой демонстрации результатов экспедиционно-поисковой деятельности активов школьных музеев.

В 2012 году выставкой «Храм моего прихода» завершился цикл конкурсов-выставок семейных реликвий и коллекций школьных музеев, посвящённых традиционной культуре народов, проживающих на территории республики ( «Сундук моей прабабушки» — в 2010 году, посвященный Году Учителя, «Дом моего прадеда», посвящённый Году человека труда — в 2011 году).

В 2014 году прошла Республиканская выставка «Военная история в письмах и фотографиях», а в 2015 году завершился Республиканский Смотр-конкурс музеев образовательных учреждений.

Таким образом, потенциал детского актива юных музейщиков и экскурсоводов может быть продуктивно использован в развитии внутреннего школьного туризма. Но, к сожалению, в муниципалитетах наметилась тенденция передачи фондов школьных музеев в учреждения культуры с целью их использования в показе туристского маршрута.

С целью активизации выявления лучших учащихся ежегодно проходят Республиканская Олимпиада по школьному историческому краеведению, 1 раз в 2 года — Республиканские краеведческие чтения и Генеалогическая конференция учащихся. Победители этих мероприятий традиционно принимают участие во Всероссийском конкурсе исследовательских работ «Отечество», Всероссийской олимпиаде по краеведению. В последнее десятилетие участники из Удмуртской Республики стабильно входят в тройки призёров, становятся победителями Всероссийских Слётов и фестивалей туристско-краеведческого движения учащихся «Отечество». В 2012 году во Всероссийской Олимпиаде по школьному краеведению Смердягина Анна, ученица 10 класса школы №3 г. Можги стала лауреатом 3 степени. Диплом победителя Олимпиады (4 место) завоевал Ахвердян Жак, учащийся 9 класса Шабердинской школы Завьяловского района. В 2012 году Реуцкая Людмила, ученица 8 класса Кигбаевской школы Сарапульского района стала победителем Всероссийской Олимпиады по краеведению. В 2013 году учащаяся МБОУ Кузьминская СОШ Кезского района Худякова Дарья, а в 2014 году Бердышева Полина, учащаяся Хохряковской школы Завьяловского района стали лауреатами Всероссийского конкурса исследовательских работ «Отечество» и награждены премией национального проекта по поддержке талантливой молодёжи. В 2015 году отборочный тур данного конкурса прошли 5 из 12 претендентов нашей Республики, но ни один не принял участие по причине отсутствия целевого финансирования этого направления.

После отмены курса начальной военной подготовки в образовательных учреждениях был введен предмет «Основы безопасности жизнедеятельности» (ОБЖ). Поскольку вопросы выживания в природной среде близки организаторам туристско-краеведческой деятельности с детьми, Центр детско-юношеского туризма России начал активно проводить работу по этому направлению. Широкое распространение получил вид соревнований «Поисково-спасательные работы» — контрольный туристский маршрут в пешеходном или лыжном туризме, но с выполнением специальных заданий, связанных с поиском условно пострадавшего, оказанием ему первой доврачебной помощи и транспортировкой. В Центре детско-юношеского туризма и краеведения России были подготовлены временные правила организации и проведения соревнований учащихся «Школа безопасности», а также программа детского объединения «Школа безопасности» для учреждений дополнительного образования детей.

В Удмуртской Республике ежегодно проходят соревнования юных туристов-краеведов по технике пешего, лыжного, водного туризма, зимние и летние старты Всероссийского движения «Школа безопасности».

Делегации и команды школьников Удмуртской Республики каждый год принимают участие во Всероссийских мероприятиях: туристском слёте Союзного государства, Всероссийском слёте юных краеведов-туристов по программе «Отечество», Всероссийских краеведческих чтениях, Всероссийской олимпиаде по краеведению, Всероссийском смотре-конкурсе школьных музеев, соревнованиях школьников «Школа безопасности».

Разрабатывая содержание республиканских мероприятий туристско-краеведческой направленности, мы учитываем инновационные процессы в сфере воспитания и дополнительного образования, ориентируясь на сложившиеся традиции Всероссийского туристско-краеведческого движения учащихся «Отечество». На протяжении многих лет традиционной циклообразующей формой туристско-краеведческой деятельности и ключевым событием Республиканского туристско-краеведческого движения учащихся является самый массовый и долгожданный участниками ежегодный лагерь-экспедиция. В программе лагеря-экспедиции научно-исследовательская деятельность учащихся по изучению и сохранению историко-культурного наследия, осуществляемая школьниками в рамках очно-заочной школы юных краеведов-исследователей «ШАЕРЧИ» по направлениям: «Родословие», «Этнографическое краеведение», «Историко-культурное краеведение», «Литературное краеведение», «Природное наследие», «Военная история», «Летопись родных мест» и других, находит свое практическое воплощение. Ребята разрабатывают и совершают пешие, водные, велопоходы по новым маршрутам в районе лагеря-экспедиции. Здесь каждый может проверить себя и научить друга: как правильно идти по туристской тропе, укладывать рюкзак, разжигать костер,

заготавливать дрова, ориентироваться на местности и соблюдать правила санитарии и гигиены в походе. А также собрать и зафиксировать краеведческую информацию, провести наблюдения и зарисовки.

Лагерь-экспедиция — это форма проверки навыков и знаний, реализации компетенций комплексного краеведения, заложенных в содержание образовательных программ туристско-краеведческой направленности учреждений дополнительного образования. Основными по краеведческому наполнению содержания конкурсами в программе лагеря-экспедиции являются конкурсы: «Разработка маршрута и содержания экскурсии по населенному пункту или этнографического маршрута», «Описание краеведческого объекта», «Краеведческий контрольно-туристский маршрут», включающий в себя такие этапы, как описание традиционного жилища (архитектурного объекта), описание традиционной одежды (народного костюма), интервью с местными жителями, описание мест неблагоприятного сохранения объекта историко-культурного наследия, описание мест неблагоприятного сохранения природного объекта, работа со справочной литературой. Богатый материал, который остается после проведения конкурсов, может стать основой для разработки новых туристических маршрутов в муниципальных образованиях и значительно обогатить имеющиеся.

Команды-победители в конкурсной и соревновательной программе лагеря-экспедиции направляются участвовать на Всероссийский слет-олимпиаду юных краеведов-туристов движения «Отечество». В 2011 году Зорина Анна, стала обладателем премии Президента по программе поддержки талантливой молодежи, благодаря участию команды туристско-краеведов Дома детского творчества г. Можги в Слёте-Олимпиаде Всероссийского туристско-краеведческого движения учащихся «Отечество» в Башкортостане.

В 2013 году команда Дебесского Центра детского творчества успешно принимала участие во Всероссийском слете в Кемеровской области. В 2015 году команды Дома детского творчества г. Можга и Увинской станции детского туризма и экскурсий «Инвис» успешно дебютировали во Всероссийском слете-олимпиаде «Отечество» в республике Марий-Эл.

Сегодня массовый учитель не готов к организации простейшего похода со школьниками: не обучен, загружен отчетной документацией, и, как правило, страшится ответственности за детей вне школьного здания. Но многолетняя работа с образовательными учреждениями республики убедила нас, что достаточно обучить, дать попробовать получить положительный опыт, и прежний учитель-скептик становится сторонником туризма. Особенно, если администрация учреждений поднимает туризм «на щит» и находит возможности для мотивации педагогических кадров. В этот переломный момент и учитель, и администрация школы начинают понимать, что туристский поход — это не дополнительная нагрузка, а спо-

соб разрешения части воспитательных проблем, единое целое со всем образовательным процессом школы.

Между тем основной потенциал системы управления школьным туризмом и краеведением сосредоточен в учреждениях дополнительного образования детей, в которых накоплен опыт организации массовых туристских мероприятий, подготовки детского туристского актива, обучения педагогов-организаторов туристско-краеведческой деятельности (школы инструкторов детско-юношеского туризма). Но этот потенциал не востребован общеобразовательными школами, уровень взаимодействия специалистов учреждений дополнительного образования детей и учителей школ в развитии содержания, форм и методов школьного туризма и краеведения не высок, все чаще приобретает «пользовательский» характер.

Из основных подходов, влияющих на положительные результаты в развитии детского туризма в условиях дополнительного образования детей, осуществляемых педагогическим коллективом Центра, приоритетными мы выделяем следующие:

- использование в качестве содержания туристско-краеведческих проектов многозначных природно-ландшафтных и культурно-исторических объектов, расположенных на территории республики (р. Кама, национальные и природные парки, особо охраняемые природные территории, памятники археологии, архитектуры, истории и др.), культурных традиций сельского уклада жизни населения, памятные и юбилейные даты, сюжеты важных национальных произведений;

- использование технологий детского движения, социального проектирования в организации туристско-краеведческой деятельности, для которой характерно проявление инициативы и самостоятельности субъектов взаимодействия, принятие личной ответственности за взятые обязательства;

- наличие традиций, правил роста и общения, законов организации, способствующих долговременной реализации туристско-краеведческих проектов: «Дорогами героев — по р. Вала», «Серебряная нить — р. Чепца», «Родные просторы», «Дорвыжы» и др.

На протяжении десятилетий изменялись места проведения республиканских слетов-экспедиций: особо охраняемые природные территории, уникальные природные объекты и исторически значимые урочища, пересечённая местность, реки Удмуртии.

В последнее десятилетие сложились современные традиции туристско-краеведческого движения учащихся «Моя Удмуртия», которые проживали ребята в составе своих команд на единой территории лагеря-слёта и передавали следующим участникам. В 2010 году впервые участники слёта отправились в пешие и водные походы I категории сложности по самостоятельно разработанным маршрутам в обозначенном направлении на территории Можгинского и Вавожского районов в бассейне р. Вала по

местам проживания участников Великой Отечественной войны. Результатом экспедиции стало участие ребят во Всероссийской патриотической акции «И на Тихом океане свой закончили поход...».

В 2011 году слёт приобрёл характер туристско-краеведческой экспедиции и прошёл на территории Шарканского, Дебёсского и Кезского районов в бассейне р.Чепца. Это территория Сибирского тракта, староверческих поселений, мест сражений и гибели участников Гражданской войны.

В 2012 году ключевым событием движения «Моя Удмуртия» стал туристско-краеведческий Фестиваль, в рамках которого команды совершили походы и путешествия, а на общей встрече в завершении туристско-краеведческого сезона представили отчёты о походах, исследовательские результаты экспедиций по Удмуртии.

В 2013 году Слёт-экспедиция состоялась в Алнашском районе при поддержке УРОО «СНИОО» и был посвящён 115-летию Ашальчи Оки и 85-летию Г. Д. Красильникова. В программе слёта приняли участие команды юных краеведов-туристов из Увинского, Якшур-Бодьинского, Кизнерского, Дебёсского районов и г. Можги. Ребята совершили 2-хдневный поход по деревням Ромашкинского муниципального образования Алнашского района, где встретились с местными жителями — родственниками удмуртских поэтов и писателей, хранителями традиций, обрядов удмуртского, русского народов и записали их рассказы и воспоминания, выполняя конкурсные задания слёта.

С вхождением в новый век образование современной личности гражданина переориентировано в деятельностно-смысловом направлении. С позицией усиления эффективности обучения и воспитания учебная деятельность сменяется учебно-исследовательской, в основе которой лежит самостоятельная поисковая работа, направленная на приобретение новых знаний, на формирование эмоционально-ценностного отношения молодого человека к окружающей действительности. Поэтому в традиционной программе слётов-экспедиций наряду с физически-активной частью (пеший, водный или веломаршрут, виды туристских соревнований, туристско-спортивные дистанции) всегда обязательна конкурсная программа, призванная выявить лучшие команды, овладевшие методикой сбора и обработки краеведческой информации, а также активизировать краеведческую деятельность в туристских группах тех образовательных учреждений, где эта составляющая была развита слабо. Эта программа отработывалась на всероссийских комплексных туристско-краеведческих слётах, слётах юных краеведов-туристов начиная с 90-х годов прошлого века. На сегодняшний день она представляется наиболее оптимальной, соответствующей требованиям новых ФГОС по формированию отдельных общих компетенций, таких как «организовать собственную деятельность», «работать в команде», «брать на себя ответственность... за результаты выполнения задания» и «нести ответственность за результат своей работы» [2].

Например, в 2011 году маршрут ККТМ проходил по территории деревни Варни Дебёсского района (иллюстрации в презентации с. Варни). В части подготовки проведения данных конкурсов организаторам ежегодно предстоит большая подготовительная работа по изучению района и населенных пунктов места проведения слёта-экспедиции, нахождения и составления эталонных описаний конкурсных объектов. Методика проведения «Краеведческого КТМ» базируется на традициях проведения двухдневного «Кросс-похода» на всесоюзных слётах программы «Моя Родина — СССР».

В Глазовском районе 12–18 августа 2014 г. на базе детского оздоровительного лагеря «Звёздочка» прошла профильная смена Республиканского туристско-краеведческого движения учащихся «Моя Удмуртия» по мотивам удмуртского героического эпоса «Дорвыжы». В программе смены принимали участие команды юных краеведов-исследователей из Увинского, Сюмсинского, Глазовского районов, п. Игра, гг. Ижевск, Глазов, Можга. Участники побывали на территории древних городищ — Весьякар, Гурьякар, Иднакар, Зуйкар, Дондыкар, сделали их комплексное описание, познакомились с историей и методами их изучения научными сотрудниками и местными краеведами.

На городище и могильнике Гурьякар, что рядом с деревней Гордино, ребята познакомились с деятельностью геофизической и археологической экспедиций Удмуртского института истории, языка и литературы Уральского Отделения Российской Академии наук.

Экскурсия для обучающихся является многосторонней формой деятельности: посещение тех или иных мест возможно как с культурно-познавательной, так и с учебно-исследовательской целью. Её отличительная особенность — конкретность и наглядность, связанная с осмотром объекта, с совмещением эстетического восприятия образа объекта и той исторической информацией, которая сопровождает осмотр. Экскурсия может стать как самостоятельной целью, так и средством получения информации и проведения исследования по заранее выработанной программе. Потому конкурс юных краеведов-исследователей по разработке экскурсий является важной составляющей Республиканских слётов-экспедиций.

В туристско-спортивной программе смены прошли соревнования по технике пешеходного и водного туризма, спортивному ориентированию. В общем зачёте конкурсной программы лидерами стали команды ДДТ п. Игра и г. Можга, СЮТур г. Глазова. Таким образом, республиканский слет-экспедиция по своему программному содержанию позволяет обеспечить активную поисковую, исследовательскую деятельность в историко-культурном контексте родного края, выявить и поддержать неравнодушных педагогов, помочь им в отработке навыков руководства детским коллективом в туристско-краеведческом походе, экспедиции. Слёт — экспеди-

ция — это условия для обучения юных краеведов новым исследовательским умениям и навыкам через систему конкурсных заданий и занятий на местности.

#### **Список использованных источников:**

1. Концепция развития музейной сети Удмуртской Республики, 2012.
2. Озеров А. Г. Слёты юных краеведов-туристов. // Детско-юношеский туризм и краеведение России №1(71), 2012.

### **ТУРИСТИЧЕСКИЕ ЛАГЕРЯ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ФОРМА РАЗВИТИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В УДМУРТИИ**

*Наймушина Т. Ю.*

Важной составной частью государственной социально-экономической политики является развитие всех форм молодежного спортивно-оздоровительного туризма в России, к которым относится как сам вид спорта «спортивный туризм», так и массовое физкультурно-спортивное оздоровительное движение — спортивно-оздоровительный туризм.

Система туристических лагерей достаточно традиционная, но не заслуженно забытая форма спортивно-оздоровительного туризма. В 1950 – 80-е гг. в Удмуртской республике одной из эффективных форм развития спортивно-оздоровительного туризма среди детей и подростков являлись туристические лагеря, которые Республиканская Детская экскурсионно-туристическая станция организовывала ежегодно в живописных уголках Удмуртии [1, с.112]. Целью туристического лагеря была популяризация спортивного туризма в республике, подготовка из числа учащихся старших классов помощников инструкторов детского туризма для школ республики и изучение родного края. По окончании лагеря проводились зачеты, участникам вручались значки «Турист СССР» и удостоверения Республиканского комитета по физкультуре и спорту с присвоением звания помощника инструктора детского туризма [2, с.196]. Отметим, что опыт работы лагеря показал, что такая интересная форма спортивно-оздоровительной работы и подготовки актива по детско-юношескому туризму вполне оправдана и эффективна.

В чём же состоит актуальность организации туристических лагерей сегодня? Лагерь позволяет получить максимальный образовательно-оздоровительный эффект без значительных физических и эмоциональных перегрузок, характерных для многодневного туристского похода. Лагерь

— школа туристской культуры. Осваивая элементы ориентирования, навыки туристского быта, жизни в коллективе, краеведческую деятельность и т. д., учащийся получает базовое образование, единое для всех видов туризма. Это очень важно в работе со школьниками, только начинающими приобщаться к азам туризма и краеведения. На базе качественной общетурристской подготовки подросток более сознательно подходит в дальнейшем к выбору видовой туристской специализации.

Туристический лагерь, расположенный в пределах родного края (40–50 км от города), экономичен для государства и для семьи, что немаловажно при современных сложностях в финансировании системы образования (исключает значительные расходы на проезд участников и руководителей; создаёт возможность использования транспортных средств проводящей организации и родителей).

В 2015 году в Удмуртской республике реализуются следующие программы туристических лагерей: палаточный лагерь «Экстрим», военно-спортивный лагерь-экспедиция «Аты-баты, шли солдаты», профильный палаточный лагерь «Меридиан», летний профильный туристический лагерь палаточного типа «Чистые берега-4», профильная спортивно-оздоровительная смена «Наша философия футбола», зимний скаутский лагерь «Пять колец», пеший поход по маршруту Каракулино-Зуевы Ключи, этноэкологическая профильная смена «Поиск-NEXT», районный туристско-эколого-краеведческий лагерь «Следопыт», республиканская смена юных краеведов — туристов «Дорвыжы», спортивно-оздоровительный лагерь «Юный спортсмен» с учащимися детско-юношеских спортивных школ УР, Республиканская профильная смена «Школа туризма. Северная широта», профильная спортивно-оздоровительная смена «1+1», военно-спортивный лагерь «Казачья застава», туристический лагерь «Искатели приключений», военизированная профильная смена для подростков «Боец», республиканская профильная военно-патриотическая смена «Патриоты России», лагерь труда и отдыха «ГТО», профильная экологическая смена «Экологическая тропа», профильный туристический лагерь «Школа туризма», эколого-туристический лагерь «Свежий ветер», спортивно-оздоровительный лагерь «Экзотика», военно-спортивный лагерь «Кадет» и др.

Рассмотрим более подробно организацию туристического лагеря на примере Республиканского военно-спортивного лагеря-экспедиции «Аты-баты, шли солдаты», реализуемого Республиканской детско-молодёжной общественной организацией «Союз туристов Удмуртии. Федерация спортивного туризма» [4]. Лагерь рассчитан на подростков и молодежь от 12-ти до 22-х лет.

Цель лагеря — дать специальные знания, умения, навыки, повышающие безопасность и выживаемость будущих защитников Отечества при действиях в экстремальных и сложных обстоятельствах военной служ-



бы и гражданской жизнедеятельности. Задачами программы являются: обучение участников проекта туристским приемам и техническим навыкам, имеющим военно-прикладное значение (участие в многодневных и категорийных туристских походах; работа с картой, ориентирование, работа со специальным снаряжением, первая доврачебная помощь, обустройство полевого лагеря); возрождение в Удмуртской Республике военно-прикладного вида спорта «Спортивная радиопеленгация»; совершенствование навыков обязательной допризывной подготовки участников проекта; повышение общей физической подготовки; способствование формированию у подростков и молодежи патриотических чувств, воспитание в будущих защитниках Отечества личностно-значимых качества: мужество, ответственность, чувство долга и товарищества, любовь к большой и малой родине.

Военно-спортивный лагерь — экспедиция состоит из двух этапов, в каждом из которых используются такие формы деятельности, которые позволят достичь заявленной цели и решить поставленные задачи. Первый этап — многодневные туристские походы. Походы начинаются одновременно у всех групп, но каждая группа идет своим маршрутом. Заканчиваются маршруты на поляне базового лагеря.

Руководители туристских групп разрабатывают и проводят походы строго в соответствии с Инструкцией Министерства образования России по организации и проведению туристских походов, экспедиций и экскурсий с учащимися общеобразовательных школ и профессиональных училищ, воспитанниками детских домов и школ-интернатов, студентами педагогических училищ Российской Федерации, утвержденной приказом Министерства образования России 13 июля 1992 г. № 293 и согласно правил проведения туристских спортивных походов

Разработанные маршруты регистрируются в туристско-спортивной маршрутно-квалификационной комиссии «Союза туристов Удмуртии» и участвуют в Чемпионате Удмуртской Республики по спортивным походам, который проводят Министерство Удмуртской Республики по физической культуре, спорту и молодежной политике совместно с РДМО «Союз туристов Удмуртии». Обеспечение безопасности организуется совместно с поисково-спасательным отрядом МЧС УР. Туристские группы выполняют на маршруте общественно-полезную и природоохранную работу. Штаб формирует задания туристским группам, которые они выполняют во время похода.

Второй этап — полевой базовый лагерь. По прибытию на поляну базового лагеря каждая группа оборудует свой бивак, который должен соответствовать санитарно-гигиеническим и противопожарным нормам проживания в полевом лагере.

В течение 5 дней проводятся спортивные, учебные, трудовые, досуговые мероприятия в форме одновременно проходящих мастер-классов,

организованных в виде круговой системы. Такая система организации деятельности лагеря позволяет выполнить большой объем различной по форме и содержанию работы при большом количестве участников, не вызывая утомления монотонностью занятий. Эта форма была опробована в палаточных лагерях и с успехом себя оправдала. Участники лагеря обучаются ориентированию в дневное и ночное время, работе с новым современным туристским снаряжением и оборудованием, оказанию первой медицинской помощи. Теоретические занятия проводятся с использованием видеопроектора и ноутбука. На базовой поляне ребята учатся строить укрытия различного типа, обучаются приемам подачи сигналов при возникновении чрезвычайной ситуации, знакомятся с кострами разного типа и учатся их разводить в любую погоду, а также получают опыт общения и проживания длительное время в замкнутом коллективе, что очень важно в гражданской и армейской жизни.

В базовом лагере участники знакомятся с учебным оружием, несением караульной службы, проходят обучение стрельбе. Один день в лагере посвящен игре «Зарница» и игре «Лазертаг». По окончании учебно-тренировочных занятий организуются туристско-спортивные соревнования и досуговые мероприятия. Каждому участнику по окончании лагеря выдается сертификат участника проекта.

Результатами реализации программы военно-спортивного лагеря — экспедиции являются: получение знаний, умений и навыков по основам: туристского и спортивного ориентирования, доврачебной подготовки; овладение техническими приемами работы со специальным туристским снаряжением; приобретение опыта совершения многодневных и категорийных походов; выполнение нормативов по спортивному туризму; получение навыков обустройства военно-полевого лагеря и проживания в условиях природной среды; получение опыта военных занятий в условиях природной среды, школы туристской и допризывной подготовки, обучение по военно-прикладному виду спорта «Спортивная радиопеленгация»; улучшение общей физической подготовки, укрепление здоровья, приобретение опыта активного, познавательного отдыха.

#### **Список использованных источников:**

1. Баталова Л. В. Эволюция туристско-экскурсионной деятельности в исторической ретроспективе (на примере Удмуртской республики). — Ижевск, 2008. — 240 с.
2. Баталова Л. В., Васильева Л. В. Туризм в Удмуртии: история и современность. — Ижевск, 2012. — 444 с.
3. Детский туризм в России. Очерки истории: 1918–1998 гг. / автор-составитель Ю. С. Константинов. — М., 1998. — 176 с.
4. [www.turizm18.ru](http://www.turizm18.ru).

## РОЛЬ МУЗЕЕВ В ФОРМИРОВАНИИ ИСТОРИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ МОЛОДЕЖИ

*Даньшина С. А.*

На современном этапе развитие музея связано с теми задачами, которые он выполняет по отношению к обществу и культуре — это отбор, сохранение, изучение и использование в целях образования и воспитания материальных свидетельств развития общества, культуры и природы. Фактором первостепенной важности, как в рождении музея, так и в процессе его эволюции является определение его места в обществе и культуре. В современном виде музей — достаточно молодой социокультурный институт, и познание его сути приходится на сравнительно небольшой промежуток времени Новейшей истории. Однако в широком понимании музей существовал и ранее, будучи предметом философского, научного, художественного, исторического, политического и бытового осознания. Его смысл и явление, им обозначаемое, имели разную окраску в отдельные исторические периоды, в различных общественных формациях [1]. Музеи создавались для решения задач, определяемых потребностями общества, а затем трансформировались, откликаясь на новые требования. Музей понимался как «собрание древностей или редкостей», продукт «века истории». Музей, подобно храму, помогает человеку каждый раз подтверждать свои убеждения, сравнивать свое мировосприятие с ценностями, принятыми в данном обществе. Либо исследователи видят «музей как культурный центр и социальный инструмент». Ретроспективный анализ существования музея и его взаимодействия с обществом и культурой указывает на приоритет социальной теории его происхождения. Она связана с осмыслением причин возникновения музея, к которым следует отнести социально-культурные факторы, потребности общества и культуры в сохранении и использовании материальных объектов, свидетельства этого развития. На рубеже XIX–XX вв., когда во многих областях интеллектуальной человеческой деятельности (наука, образование, искусство и др.), музей оформляется как социальный институт, призванный не только сохранять и демонстрировать культурные ценности, но и способствовать образованию всех категорий публики. Такое превращение музея в общественно значимое учреждение явилось свидетельством того, что он подобен «живому организму», который меняется под воздействием целого ряда факторов. В первую очередь это зависимость музея от государственной политики, от экономических и культурных факторов. С 1980-х гг. происходит осмысление роли музея как центра культуры, обладающего образовательными возможностями в широком смысле этого слова [2].

Музей тесно связан с такими понятиями, как «национальное наследие», «культурный статус», «историческое сознание» возникают новые воззрения на взаимодействие музея с посетителями в рамках музейной коммуникации, разработанной канадским ученым Д. Камероном. В 1990-х гг. понимание музея связано с развитием теоретического музееведения, которое позволяет на современном уровне осмыслить социокультурное назначение музея [3].

В рамках такого подхода музей рассматривается как «специфическое средство извлечения информации, содержащейся в овеществленных формах прошлой и современной культуры» и «средство рефлексии, формирования самосознания общества». Современный музей воспринимается символом культуры, в котором сосуществуют различные мнения, позиции, точки зрения, определяющие как его внешние проявления, так и его глубинный социокультурный смысл. Музей предстает перед нами многочисленными гранями: в виде творческой «лаборатории», «сокровищницы», «машины времени», переносящей нас в другие времена и страны; в виде «места сохранения, изучения и экспонирования материальных свидетелей прошлого»; «собора лиц», встающих за конкретными предметами; «живого организма»; «способа диалога времен и культуры»; «хранилища, занимающегося научно-исследовательской и просветительской деятельностью»; одновременно «театром культуры» и «кладовкой ценностей», «пространством духовной безопасности», воплощением (материализацией) «идей», «соотношений человек — вечность» и т. д. [4].

Эти характеристики в определенной степени раскрывают возможности решения задач, которые общество ставит перед музеем. Многогранность данного явления высвечиваются контуры понятия «музей». обстоятельный научный анализ определения «музей» сделал З. Странский. Рассмотрев и сравнив около 20 различных дефиниций музея, он пришел к выводу о том, что музей — это особое научное и культурное учреждение, которое выбирает и собирает природные и общественные объекты, являющиеся подлинными ценностями, используемыми в научных и культурных целях. Понятие «музей», представленное в энциклопедических изданиях, трактуется как научно-просветительное учреждение, осуществляющее комплектование, хранение, изучение и популяризацию памятников естественной истории, материальной и духовной культуры — первоисточников знаний о развитии природы и человеческого общества. В документах международной организации ИКОМ музей — это учреждение, «не приносящее дохода, на службе общества, которое собирает, хранит, распространяет и, прежде всего, выставляет в целях изучения, воспитания и удовольствия материальные свидетельства развития природы и человека» [5].

Музей решает не свойственные другим учреждениям задачи. Прежде всего, музей представляет собой центр научного документирования.

Именно в музее сосредоточены материальные свидетельства (документы) развития истории, культуры или природы, которые, став музейными предметами, несут в себе подлинную (аутентичную) информацию, имеющую большое научное и культурное значение. Музей является одним из центров научно-исследовательской деятельности так как отбор, исследование и использование музейных предметов в качестве экспонатов требуют серьезной исследовательской деятельности и полученные результаты часто являются научными открытиями, проливающими свет на развитие культурных или природных процессов, происходящих в «пространстве музея». Музей — это и учреждение культурного представительства региона, так как находящиеся в экспозиции музейные экспонаты являются образцами культурного наследия. В свою очередь музейные экспозиции есть новая культурная реальность, в которой оказываются аккумулированными культурные нормы, доминирующие в данном обществе в данное время, а деятельность музейных сотрудников осуществляется с учетом их профессиональной культуры. Документальная, научная и культурная ценность музея дают возможность считать его и образовательно-воспитательным центром, осуществляющим процесс передачи культурных норм, лучших традиций, опыта поколений с учетом тех требований, которые общество выдвигает в различные исторические периоды [6].

Одной из форм работы по патриотическому воспитанию учащейся молодежи является школьный музей. Музей — большой помощник в обучении и воспитании учащихся. Он учит детей любить школу, показывает, кем стали выпускники школы. Школьный музей способствует развитию творческой самостоятельности и общественной активности учащихся. Школьный музей призван способствовать расширению кругозора и воспитанию познавательных интересов и способностей детей, овладению практическими навыками поисковой, исследовательской работы, служить целям совершенствования учебно-воспитательного процесса. Основная функция школьного музея — образовательно-воспитательная [7].

Школьный музей-это не просто собирание материалов о выпускниках школы, это не только создание экспозиций (хотя без них музей немислим), а это еще и многогранная деятельность, направленная на повышение качества образования, формирование исторического сознания. Школьный музей призван способствовать формированию у учащихся гражданско-патриотических качеств, расширению кругозора и воспитанию познавательных интересов и способностей, овладению учащимися практическими навыками поисковой, исследовательской деятельности, служить целям совершенствования образовательного процесса средствами дополнительного обучения. Музей — это многофункциональный институт социальной памяти, посредством которого реализуется общественная потребность в отборе, сохранении и репрезентации специфической группы культурных

и природных объектов, осознаваемых обществом как ценность, подлежащая изъятию из среды бытования и передаче из поколения в поколение музейных предметов. В этом определении достаточно четко синтезированы культурологический (ценностно-охранительный) и педагогический (научно-методическая основа деятельности, направленная на знакомство и организацию передачи знания) аспекты: — образовательная и воспитательная деятельность; — просветительская деятельность; — музейная среда. Существует несколько позиций по определению понятия «музея»: Музей есть место, доступное для всех, где собирается все самое замечательное из того, что сотворено человечеством, все, что заслуживает уважения в искусстве, и все, что примечательно в природе. Музей есть место, где наблюдения жизни, природы и творчества человека в легенде и искусстве должны быть использованы как пособие для развития и поднятия чувства истинной красоты. Музей должен служить школой для развития человеческого глаза и руки для нового творчества. В настоящее время разработаны единые подходы к музейной деятельности в школе: — накопление и сохранение социальной информации; — познание и передача знаний, традиций, представлений, эмоций; Речь идет о единстве следующих аспектов музейной и образовательной (учебной) сфер деятельности: — познавательного аспекта, в основе которого лежит информация о предмете и сам реальный предмет. Познавательный аспект в музейном пространстве можно разделить на две составляющие: информирование (получение сведения о музее, его коллекциях или через музей и его коллекции) и образование (усвоение знаний в процессе музейной коммуникации на основе знакомства или изучения музейных предметов); — творческого аспекта, направленного на создание качественно нового, более высокого интеллектуального уровня предмета (деятельности), которое состоит из наблюдения прошлого, познание существа проблемы, создания и проверки идеи «озарения», реализация этой идеи; — коммуникативного аспекта, который актуализируется через диалог личности с идеалами и вечными ценностями культуры. В школьных музеях проходят встречи с местными жителями — ветеранами войны и труда, организуются тематические экскурсии, уроки мужества, выставки, классные часы, вечера, дискуссии и др. На базе школьных музеев успешно действуют многочисленные детские объединения по интересам: кружки, клубы, секции. Как правило, вокруг музеев формируются школьный взрослый актив, создаются органы самоуправления, совет музеев, совет содействия, секции, рабочие группы. При этом развиваются сотрудничества музеев образовательных учреждений с государственными музеями, архивами, библиотеками и т. д. С помощью специалистов актуализируются тематика и содержание поисково-собирательской и исследовательской работы в музеях, фонды школьных музеев пополняются новыми материалами, отражающими мало изученные или забытые страницы ре-

гиональной и местной истории [7]. Музеи образовательных учреждений также имеют большое значение для реализации регионального компонента в образовании. Вместе с тем многие музеи образовательных учреждений продолжают испытывать серьезные трудности в организационно — методическом и материальном обеспечении. Вопрос эффективного использования потенциалов музеев в учебно-воспитательном процессе в образовательных учреждениях еще не стали предметом внимания педагогических коллективов. Разнообразны и эффективны возможности музея в патриотическом, трудовом и нравственном воспитании учащихся, в развитии художественных вкусов, привитии навыков эстетической деятельности. Дальнейшее развитие поучительного опыта взаимодействия, взаимодополнения школы и музея в деле формирования нового человека, его обучения и воспитания представляется нам особенно плодотворным на базе научно обоснованной системы «музей — школа». Эффективность работы такой системы будет тем выше, чем более заинтересованными, более взаимно требовательными окажутся оба этих воспитательных института. Формирование системы «музей — школа», для которой, на наш взгляд, созданы уже немалые предпосылки, — это качественно новый этап в работе каждого из этих учреждений. Он потребует не только упрочения контактов между ними и органами управления народным образованием и культурой, обслуживающими их научными коллективами. Потребуется освоение других, в значительной степени новых направлений деятельности. Крайне важно, на наш взгляд, систематическое проведение в каждом музее занятий для учителя как по профильной дисциплине (это в современной музейной практике, можно сказать, является делом в основном решенным), так и по методике музейной работы. Но некоторый положительный опыт в этом направлении все-таки накоплен: Большую пользу могла бы принести организация базовых школ, где музейные специалисты совместно с коллективами преподавателей имели бы возможность апробировать многообразные формы совместной работы, экспериментальные программы и т. п., и затем рекомендовать их для широкого использования в совместной практической деятельности школам и музеям разного профиля. В сферу деятельности музея должны быть непременно включены все возрастные группы ребят, начиная с младших школьников. Как утверждают специалисты, именно в раннем детском возрасте наиболее активно формируются потребности, общая культура человека, в том числе и музейная культура. Значит, чем раньше в сферу воспитания ребенка включится музей, тем эффективнее окажется его воздействие в будущем. В работе с детьми всех возрастов оказываются эффективными, как показывает практика, специальные экспозиции и выставки, специальные детские музейные комнаты. Кстати, детские галереи — своеобразные музеи в музеях — уже существуют в разных странах мира. Важно, чтобы к этому делу наряду с музейными работника-

ми были причастны педагоги, воспитатели. Дифференцированный подход предполагает учет ситуации посещения музея: приходит ли школьник в музей один, с родителями, с товарищами, со школьной экскурсией. Для всякого такого случая важно иметь конкретные средства оптимизации процесса осмотра экспозиции, скажем, путеводители — с включением в них вопросов, заданий и т. п. В особом внимании нуждается, несомненно, соблюдение принципа преемственности форм научно-просветительной работы, основное требование которого состоит в том, чтобы все каналы воздействия на школьников были тесно связаны между собой. Это даст возможность учащимся различных возрастных групп постепенно и каждый раз на качественно новом уровне осваивать музейную информацию. Принцип преемственности делает систему «музей — школа» действенной на всех этапах обучения ребенка. Это обстоятельство обуславливает необходимость разработки цельной программы работы для всех учебных групп школьников, начиная с младших классов и кончая выпускниками. Наибольший эффект дает музейная работа со школьниками, организованная на основе цикловых форм: лекториев, клубов или кружков при музеях.

В контексте современной образовательной парадигмы, сущностью которой является сочетание рационального и ценностного аспектов, ориентация на самореализацию индивида в его личной и социальной ипостасях, музею принадлежит особая роль — выводить индивида из жестких границ социума в мир общечеловеческих ценностей, в мир культуры, «диалога культур» — различные реальности, различные картины мира, отличные друг от друга способы познания.

Одновременно в сфере образования, в которую активно включается музей, происходит переход от идеи «образованного человека» — к идее «человека культуры», формирование в ходе межсубъектного диалога творчески развитой личности, способной воспринять в своем сознании ценностный потенциал иных культур без отказа от собственных суждений и взглядов. Современное осознание роли музея в социокультурном пространстве связано с «расширением и углублением» его образовательной функции — именно в предметно-пространственной среде музея осуществляется трансляция духовного, культурного опыта, накопленного человечеством за многие века своего существования.

Специфика музейной информации, посредством которой музей включается в образовательный процесс и реализует свои возможности в обучении, воспитании и развитии посетителей связан прежде всего со свойствами музейных предметов и музейной среды — в первую очередь способности отражать ту среду, в которой он был создан или бытовал. Отражая действительность, предмет является подлинным свидетелем существования иной, ушедшей культурной реальности, которая его породила. Между реальностью и МП нет промежуточного звена, значит, не бывает



и искажений, столь частых в обычных каналах передачи информации. В этом состоит своеобразие музея, музейной среды. Способность привлекать внимание своими внешними, бросающимися в глаза признаками, а также возможность своей подлинностью, мемориальностью, эстетической ценностью вызывать определенные чувства выступают в качестве специфического средства образовательного процесса. Это позволяет вести прямой диалог с ушедшими культурными эпохами и осуществлять «погружение», «вхождение» в их реальность, что вызывает чувство «мира впервые», что особенно важно в современных условиях. Являясь «носителем материальной сущности» и раскрывая себя через атрибутивные характеристики, музейный предмет воздействует на чувственную сферу личности, способствует накоплению «подлинного» чувственного опыта (тактильные ощущения, обоняние, осязание и др.). Благодаря визуально представленному материалу музей обладает необычайной силой воздействия на развитие эмоционально-образной сферы, которая имеет решающее значение для раскрытия творческого потенциала личности. Развитие образной сферы через общение с подлинными носителями общечеловеческих ценностей дает возможность избежать воздействия на личность «образов-эталонов», создаваемых средствами массовой информации и характеризующихся стереотипностью, повседневностью, обыденностью. Музейный предмет способствует нравственному становлению личности — именно через музейный предмет познается факт его принадлежности к миру человека, постигаются скрытые в нем культурные смыслы, раскрывается вся человеческая жизнь с ее духовными стремлениями и порывами. Образовательный потенциал музейного предмета заложен в его сути, в его способности к одновременному воздействию на интеллектуальную, эмоциональную, нравственную сферы личности. Влияние на личность образовательных возможностей музейного предмета усиливается в рамках музейной среды, так как любое музейное пространство обладает образовательным потенциалом, способствующим целенаправленной организации информационных потоков, ориентированных на достижение определенной образовательной цели. Приоритет отдается образовательному пространству экспозиции, которая представляет собой единое, целостное произведение, обладающее новым культурным и историческим значением и способствующее образованию индивида. Создаваемое посредством экспозиции образовательное пространство — своего рода призма, через которую индивиду предлагается вступать в диалог с различными культурными смыслами. Образовательное значение музейного фонда в том, что он концентрирует культурные смыслы, так как в нем сосредоточиваются целые коллекции музейных предметов различных культурных пластов (мемориальные предметы, уникальные и типичные, принадлежащие к различным историческим и культурным эпохам, и т. д.). Взаимодействуя и выбирая

в себя информационные, эмоциональные потоки из общего историко-культурного контекста, музейные предметы приобретают иное, расширенное значение. Благодаря такой силе подлинного воздействия одновременно на все сферы личности — интеллектуальную, эмоциональную, нравственную происходит выход человека во вневременное пространство культуры. В нем возможно соединение прошлого с настоящим, интуитивное постижение той жизни, которая сосредоточена в музейном предмете. Образовательный феномен музея рассматривается через предметно-пространственную среду как живое пространство культуры, которое способно создать неповторимую эмоционально-эстетическую атмосферу, способствующую более глубокому погружению в культурно-исторический контекст и обладающую особым воздействием на личность. Современная образовательная ситуация в музее требует от посетителя достаточной активности в овладении им ценностным потенциалом, заложенным в музейных предметах. Главная цель образовательного процесса в музее — включение индивида в единое историко-культурное пространство.

Для достижения этой цели необходимо решить ряд таких задач:

- формирование ценностного отношения к предметной стороне действительности,
- развитие ассоциативного воображения, образного мышления, культурологического сознания,
- способности к самостоятельному суждению, творческой деятельности и самоанализу,
- внутреннее стремление к межкультурному диалогу.

Музейный образовательный процесс в современном его понимании строится на принципе диалога. Это создает условия для активного включения индивида в процесс творческого саморазвития, который потребует от него полной активизации всех сфер высшей нервной деятельности. Образовательный процесс в музее сочетает в себе рациональный и ценностный аспект и является творческой деятельностью, состоящей из нескольких этапов. Образовательные возможности музея реализуются в большей степени благодаря развитию такой научной и практической деятельности, как музейная педагогика, включающей в себя как представление (презентацию) музейной информации, управление процессом ее восприятия, изучение эффективности ее воздействия на музейную аудиторию [8].

Музейно-педагогический процесс — средство реализации образовательно — одной из важнейших функций музея. Осуществляемый в музее процесс передачи культурных значений и смыслов, целью которого является восприятие информации посетителями, определяется как музейная коммуникация, в ходе которой раскрывается информационный потенциал музейных предметов, реализуются образовательно-воспитательная и другие функции музея. Совокупность всех посетителей музея — это музейная

аудитория. Многообразие типов и категорий посетителей определяется социально-демографическими, социально-психологическими, общепсихологическими характеристиками: социально-демографические (пол, возраст, образовательный уровень, место жительства, социальная группа, профессия и пр.), социально-психологические (установки, нормы, ценности, ожидания и пр.), а также общепсихологические (особенности мотивационно-эмоциональной сферы, внимания, памяти, мышления и пр.). Особые категории посетителей музея — люди с нарушением двигательной активности, слепые и слабовидящие, глухие и слабослышащие, дети с задержкой психического развития и др. Совокупность сведений о развитии природы, общества и культуры, документированных посредством музейных предметов и представленных в музейной экспозиции, составляет музейную информацию, важным элементом которой является особым образом организованная музейная среда. Главное направление музейно-педагогической деятельности — взаимодействие с системой образования. Формы, имеющие историческую устойчивость бытования в музее, можно считать традиционными (экскурсия, лекция, студийные занятия и т. д.). Формы, заимствованные из других сфер культуры, образования и науки или обусловленные развитием новых технологий музейной деятельности, могут рассматриваться как нетрадиционные. Традиционные формы музейно-педагогической деятельности — экскурсия, лекция, студийные занятия. Формы, заимствованные из других сфер культуры, образования и науки или обусловленные развитием новых технологий музейной деятельности, могут рассматриваться как нетрадиционные. Выяснение действительности избранных форм, определение качества полученных результатов и подтверждение правильности использованных методов на основе анкетирования, тестирования, интервьюирования или выполнения контрольных заданий музейной аудиторией обозначаются понятием «проверка эффективности». В музейно-педагогической деятельности можно обозначить следующие основные направления: информирование, обучение, развитие творческих начал, общение, отдых. Направления изменчивы, подвижны, часто они тесно связаны между собой или пересекаются в каких-либо аспектах. Например, отдых в музее может, осуществляется одновременно с удовлетворением потребности в общении или развитии творчества, а информирование подчас невозможно без общения. Особое направление — работа со школьниками. Совокупность различных форм, объединенных общей темой и подчиненных единой педагогической цели, становится основой музейно-педагогической программы. Такая программа составляется с учетом психологических, социально-демографических и иных характеристик музейной аудитории.

В 1970-е, в связи с развитием массового туризма и активной посещаемостью музеев в период так называемого музейного бума, преобладали такие направления, как информирование и досуг. Информирование — это первая ступень освоения музейной информации, т. е. первичное получение

сведений о музее, составе и содержании его коллекций или об отдельных музейных предметах, а также по вопросам, связанным с профилем музея либо различными направлениями его деятельности. На уровне первого контакта посетителя с музеем информация должна быть тщательно отобранной, не перегруженной фактами и деталями, а также максимально экспрессивной. От качества информации, ее доступности и выразительности зависит дальнейшее развитие контактов с музейной аудиторией. Традиционные формы информирования — как лекция и консультация, сегодня — в форме специального информационного центра.

Информационный центр — место сосредоточения и передачи информации различными способами (при обращении лично, по телефону или телефаксу, с помощью разнообразной печатной продукции, с использованием компьютерной базы данных и пр.); самые разнообразные способы представления информации посетителям с помощью компьютеров, высокого качества указателей, планов и путеводителей, информационные станции. Информационные системы содержат качественные изображения экспонатов с указанием их местоположения, сопроводительную и разъяснительную информацию и мн. др. Например, инновационной формой является создание Университета при музее- форма организации занятий, предполагающая систематическое и системное изучение различных отраслей знания или специальных дисциплин (университет искусств, университет культуры). Развитие творчества предполагает использование мощного потенциала музея, сосредоточенного в памятниках материальной и духовной культуры, для выявления наклонностей и раскрытия творческих способностей личности. В музеях это направление может быть реализовано в форме студии, творческой лаборатории или фестиваля, а также в других формах [9,10]. Студия ставит целью раскрыть творческие способности участников на основе изучения музейных собраний. Творческая лаборатория — объединение заинтересованных лиц, ведущих в музее под руководством научного сотрудника экспериментальную научную деятельность в сочетании с творческой практикой. Фестиваль — торжественное действие в музее с широким кругом участников, сопровождающееся показом и просмотром различных видов искусства или работ, выполненных участниками студий, кружков, ансамблей, иных творческих групп и организаций.

Итак, музей предоставляет широкие возможности как для общения с музейной информацией, так и для содержательного, интересного и неформального межличностного общения в форме встречи, клуба либо в какой-то нетрадиционной форме.

#### **Список использованных источников:**

1. Лисовский, В. Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России / В. Т. Лисовский. — СПб., 2011. — 519 с.

2. Лукс, Г. А. Социальное инновационное проектирование в региональной молодежной политике / Г. А. Лукс. — Самара: Изд-во «Самарский госуниверситет», 2010. — 278 с.
3. Левашов, В. К. Глобализация и патриотизм. Опыт социологического исследования / В. К. Левашов. — М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2006. — 128 с.
4. Луков, В. А. Междисциплинарный анализ: науч. Монография / В. А. Луков. — М.: Прогресс., 2012. — 528 с.
5. Ванслова Е. Т. Путешествие в предметный мир // Советский музей. 1983, № 1.
6. Введение в культурологию. — М.: Прогресс, 2011. — 345 с.
7. Гнедовский М. Б. Музей в системе непрерывного образования. Серия «Музейное дело и охрана памятников». Выпуск 5. — М., 2011.
8. Музей и школа: пособие для учителя. Сост. Павлюченко Э. А., — М., 1985.
9. Решетников Н. И. Музейная педагогика как теоретическая проблема. — М., 1991.
10. Шаповаленко И. В. Ребенок в музее: психолого-педагогические аспекты работы с детьми дошкольного возраста. Серия «Музейное дело и охрана памятников». Выпуск 6. — М., 2014.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА В НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ**

*Каракулова М. А.*

Актуальность проведенного исследования определяется, прежде всего тем, что большое внимание в современном образовательном процессе уделяется использованию национально-регионального компонента. Неисчерпаемы возможности для его применения в учебной и во внеклассной работе. Близкие для учеников факты, проектные работы, в ходе которых учащиеся ищут источники, встречаются с очевидцами событий, редактируют собранное, обращаясь к достоверным источникам, позволяют школьникам ощутить себя творцами истории, а значит формировать активную жизненную позицию. При работе руководствуясь принципами толерантности, сотрудничества, учатся пониманию своего собственного народа в интеграции с другими. Региональная история призвана формировать в умах учащихся идеалы многообразия культур, воспитание в духе мира, терпимости.

В 2015 году исполнилось 70 лет со Дня Победы, проводилась активная работа по патриотическому воспитанию молодежи. Вспоминают тех,

чьи героические усилия принесли победу над фашизмом, но нельзя забывать о трагических событиях, происшедших уже в мирное время. 58 лет назад произошла серьезная техногенная катастрофа — авария на производственном объединении «Маяк» (1957 год), а 29 лет назад — взорвался один из реакторов Чернобыльской атомной электростанции (1986 год). От нашего народа, в очередной раз, потребовались героические усилия для ликвидации последствий катастроф.

Для ликвидации последствий аварий привлекались сотни тысяч военнослужащих и гражданского населения, получивших значительные дозы облучения. Не остались в стороне и жители Удмуртии (3000 молодых людей в возрасте 18–21 лет участвовали в ликвидации последствий аварии на ПО «Маяк», 3500 — были ликвидаторами на ЧАЭС) (данные получены в союзе «Чернобыль»).

Некоторые участники — ликвидаторы оставили воспоминания. Для нас очень важно не потерять эти воспоминания, а попытаться собрать воедино, чтобы понять, что чувствовал, как жил, что делал, как оценивал своё участие в экстремальной ситуации конкретный человек. Группа учащихся МБОУ СОШ № 91 города Ижевска Первомайского района: Загребин Илья (ученик 9 «в» класса), Иванова Дарья (ученица 7 «д» класса), Харламова Анастасия, Ажимова Ксения, Гиззатов Ильфат, Гущина Алина, Данилов Дмитрий (ученики 9 «д» класс) — провела исследовательскую работу по сбору и анализу воспоминаний ликвидаторов — наших земляков.

Цель работы — показать самоотверженность и героизм ликвидаторов аварий на ПО «Маяк» и Чернобыльской АЭС. Для достижения цели необходимо было решить ряд исследовательских задач:

- 1) Собрать и систематизировать воспоминания участников ликвидации аварий, проживающих в городе Ижевске.
- 2) Проанализировать источники личного происхождения — воспоминания.
- 3) Выявить возможности использования полученного материала для патриотической работы среди школьников.

Объектом исследования стало поведение людей в экстремальной ситуации, проявление личных качеств. Для нас важно было узнать, как происходила мобилизация, что двигало людьми, каковы были условия жизни и работы, как люди сами оценивали своё участие в экстремальной ситуации.

Работая над исследованием, учащиеся опирались на воспоминания участников ликвидации аварий, полученные у респондентов или частично опубликованные, большой объем теоретической информации был получен нами при изучении статей, литературы и электронных ресурсов по теме.

29 сентября 1957 года в 16:22 на химкомбинате «Маяк», расположенном в закрытом городе «Челябинск-40», произошла авария. Из-за выхода из строя системы охлаждения произошёл взрыв ёмкости, содержащей

высокорadioактивные ядерные отходы. Взрывом, ёмкость была разрушена, бетонное перекрытие толщиной 1 метр весом 160 тонн отброшено в сторону, в атмосферу было выброшено около 20 млн. кюри радиации. В зоне радиоактивного заражения оказались: территория нескольких предприятий комбината «Маяк», военный городок, пожарная часть, колония заключённых и далее территория площадью 23000 км<sup>2</sup> с населением 270 000 человек, 217 населённых пунктах трёх областей: Челябинской, Свердловской и Тюменской. Эта территория получила название «Восточно-уральский радиоактивный след».

Для ликвидации последствий аварии требовалось очень много людей. Сюда были переброшены военно — строительные отряды со всей страны, в том числе и из Удмуртии. Призыв и отправка новобранцев срочной службы происходил быстро, в полном неведении ребят, куда их отправляют служить и в качестве кого.

Для вновь прибывших не успели создать нормальных условий жизни — отсутствие времени, первоочередность других задач или пренебрежение к личному составу? «Месяц жили в летних палатках, стоял холод жуткий», спали по двое, чтобы согреться. Позднее переехали в бараки.

На месте, в Кыштыме, первоначально проходили обычную службу: строевая подготовка, политинформация (официально никто не информировал ребят о произошедшей аварии и степени риска), изучение устава и общая физическая подготовка — курс «Молодого бойца». В процессе исследовательской работы методом биографического интервью были изучены героические судьбы наших земляков. Так, Исупов Геннадий Александрович и Шуклин Геннадий Павлович, Злыдарушников Владимир Фёдорович служили в Озерском полку 25763, строительные войска (декабрь 1957 — 1960 годы). Лялин Виктор Яковлевич и Салеев Абудар Гильмиевич проходили службу позднее (август 1958 — 1962 годов) в автополку 11101. После принятия присяги ребят отправили на объект.

На самом объекте уроженцы Удмуртии повели краткий инструктаж: «Попали вы на интересный объект стратегической важности ... объект нельзя ни с кем обсуждать, даже между собой». На объекте, в санпропускнике передевались, из защитных средств выдавали «Лепестки», дозиметры или кассеты, но не всем и всю степень облучения отмечали условно, примерно. Данные меры не давали уверенности в сохранении здоровья и защищенности.

Ликвидаторы демонтировали покрытия дорог, затем покрывало новым слоем; штукатурили казарму, возил тачками бетон для заливки объекта, готовили бетон для заливки полов корпусов, ликвидировал облученные предметы, закапывая всё в землю; в автополку: возили бетон, свинцово — бетонные плиты, людей. После работы, в санпропускнике, мылись холодной водой, проверялись и если «звенели» снова мылись, передевались и воз-

вращались в часть. В автополку — сначала мыли свою машину, потом мылись сами и возвращались в часть. Таким образом, каждый был на своем месте и ответственно выполнял определенную ему работу по ликвидации последствий аварии.

Время и продолжительность работы варьировались в зависимости от работы и степени зараженности объекта, а значит и степени облучения ребят. Многих после осмотров комиссовали домой раньше срока, кого-то переводили служить в другие места, где они дослуживали свои 3 года.

Несмотря на тяжелую работу, постоянное психологическое давление, невозможность обсудить происходящее с кем — либо, разлуку с родными, молодые люди продолжали жить, хорошо работать, проводить политзанятия, смотреть телевизор, ходить в кино, писать письма, вести стенгазеты, стремились поступать в вузы и отдыхать, устраивать праздники, отмечать дни рождения, знакомиться с девушками по переписке. «Всё просто было: не думали, что это такое (радиация) и не боялись. Служба — есть служба».

При демобилизации все красноармейцы дали подписку о неразглашении сведений, получили штампы о месте службы в военные билеты и вернулись домой. Никто из них не знал, какую дозу облучения получил.

Вторым историческим событием, которое было изучено в ходе исследования, стала Авария на Чернобыльской АЭС. 26 апреля 1986 года в 1:24 на четвертом энергоблоке ЧАЭС прогремел взрыв, последствием которого стало полное разрушение атомного реактора и его активной зоны, систем охлаждения, здания реакторного зала. В окружающую среду было выброшено огромное количество крайне опасных радиоактивных веществ. Главным поражающим фактором стало радиоактивное загрязнение. Начались работы по очистке территории и захоронению разрушенного реактора, вокруг четвертого блока был построен бетонный «саркофаг» — объект «Укрытие», его строительство завершили к ноябрю 1986 года. Работы по ликвидации последствий аварии проводились и на других объектах, находящихся внутри Чернобыльской зоны отчуждения (территории в радиусе 30 км вокруг станции).

В ликвидации последствий аварии принимали участие более 800 тысяч человек, большинство которых состояло из военнослужащих.

Руководство страны, станции, округа боялось паники, шумихи, провокаций и молчало, сколько стоило это молчание жизни, не знает никто.

В Удмуртии мобилизованных призывали и отправляли организованно военкоматы. Врачам был дан приказ призывать людей только со стопроцентным здоровьем. По возрасту были ограничения: 25–40 лет. Критерии были еще, чтобы у призывающегося обязательно было 1–2 ребенка.

Набирали специалистов химиков, радиохимиков, рабочих строительных специальностей, водителей разных категорий — самые нужные на объекте специальности.



Воробьев Борис Николаевич был электрогазосварщиком, Постников Игорь Владимирович — инженер радиохимик, служил в Калуге в штабе гражданской обороны, заместителем начальника штаба области (им было по 39 лет). Сафронов Сергей Иванович работал инженером буровых работ (химик разведчик по образованию), Кирилов Виктор Михайлович — инженером-технологом (им было по 28 лет). В данном случае, наши респонденты представляли какую опасность, таит командировка, и были готовы к работе.

Для ликвидации последствий аварии требовалось выполнение рутинной работы. Для работы на станции рабочие каждый день проделывали один и тот же маршрут, одни и те же процедуры: перед колонной чистых машин с людьми ехали поливочные машины, доезжали колонной до реки Припять, затем шли пешком через мост и садились в зараженные машины, ехали до объекта. На станции: кто-то собирал мусор и складывал в кучи, которые вывозили в захоронения; кто-то обрабатывал стены специальным раствором; кто-то возводил стену между 3 и 4 блоками, так как станция продолжала функционировать. Работали по сирене несколько минут, в зависимости от уровня радиации, на место работы шли по отработанному маршруту, выверенному дозиметристами. Работали без выходных, круглые сутки.

Техники и инструмента для работы хватало, все отработавшее и загрязненное сбрасывали в могильники, специально приготовленные для захоронения радиоактивного мусора.

Одежда и средства для защиты от радиации были примитивные, до августа 1986 года не было индивидуальных дозиметров. Инструктаж по технике безопасности проводился не серьезно или вообще не проводился, все было дано на откуп младшему командному составу и сознательности каждого.

Работали в военной форме, рукавицах, хлопковой одежде, очках и респираторах, для контроля полученной радиации — приборы для измерения радиации «таблетки» и «карандаши». После работы мылись и возвращались в полк тем же путем. Контроль получения радиации вели для галочки. «Раз в две недели проверяли. Наугад писали про количество рентгенов».

Складывается странная ситуация: мы научились использовать атомную энергию в мирных и военных целях, но не научились ее контролировать и защищаться от нее. Это усугубляется и человеческим фактором: «Не вижу опасность, значит её нет».

Психологическое давление было огромным: страх за жизнь и незнание, самоотверженность и халатность, оторванность от семей и привычного образа жизни, красота окружающей природы и мертвые селения, опасность, которую не видно невооруженным взглядом — все смешалось.

В этих экстремальных условиях люди создали «свой мир»: каждодневная рутинная работа, ожидание возвращения домой и надежда на лучшее, игры между частями, посещение клуба, ожидание автолавки. Ликвидаторы провели в Чернобыле от 3 до 6 месяцев — все мечтали о возвращении домой.

Ликвидаторы вернулись домой, к семьям, к мирной жизни и работе. Все они награждены, имеют почетные грамоты и льготы, предоставляемые государством, имеют возможность медицинского обслуживания, все раньше срока вышла на пенсию, кто-то продолжает работать.

У всех по-разному сложилась жизнь после возвращения, но что их всех объединяет, так это активная жизненная позиция, желание жить и умение преодолевать трудности.

Общество привыкло считать «ликвидаторов» «жертвами радиации, долга, системы тоталитарного государства», но из разговора с нашими респондентами, мы поняли, что ни один из них не считает себя ни «жертвой», ни «героем». Они просто сильные мужчины, выполнившие свой гражданский долг перед собой, семьёй, Родиной. Чувство личной ответственности, осознание значимости дела, которое делали, помогло им преодолеть страх за жизнь и здоровье.

Наши респонденты являются активистами общественной организации — союза «Чернобыль», который функционирует в Удмуртии с 1992 года, и продолжают исполнять свой гражданский долг и сегодня, проведя активную работу по патриотическому воспитанию молодежи.

В ходе нашей работы мы познакомились с уникальными людьми — «маяковцами» и «чернобыльцами», чей опыт и героизм, отношение к жизни и своим поступкам является очень ценным для нашего поколения.

Исследование, опирающееся на краеведческий материал, имеет практическую значимость не только для учащейся молодежи — исследователей, которые увидели историю страны в жизни реальных людей, живущих рядом, но и для учащихся нашей школы. Мы организовали встречи ветеранов с одноклассниками, на которых представим презентацию по теме исследования. Приняли участие в городской и школьной конференциях, провели классные часы и увидели интерес к нашей работе.

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>ПРЕДИСЛОВИЕ</b> .....	3
<b>РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИЗМА И ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> .....	5
<i>Соловей И. В.</i> Путешествие в «круге знания» .....	5
<i>Мерзлякова Г. В., Баталова Л. В.</i> Периодизация истории туризма .....	11
<b>РАЗДЕЛ 2. РЕГУЛИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ</b> .....	17
<i>Голубева О. А.</i> Государственное регулирование туризма: российский и зарубежный опыт .....	17
<i>Калинина У. С., Рылова Н. И.</i> Опыт антикризисного управления в за- рубежном и российском гостиничном бизнесе (2008–2009 гг.) .....	30
<b>РАЗДЕЛ 3. ТУРИЗМ В РЕГИОНАХ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ</b> .....	39
<i>Никитина Т. В.</i> Развитие этнокультурного туризма в России: пробле- мы и перспективы .....	39
<i>Оконникова Т. И.</i> Возможности этнического туризма в формировании толерантных взаимоотношений (на примере Удмуртской Респуб- лики) .....	43
<i>Ложкина М. Д., Гай И. А.</i> Перспективы развития программного ту- ризма на примере Шарканского района Удмуртской Республики .....	48
<i>Тимофеева Д. Н., Берестова Е. М.</i> Возможности и перспективы разви- тия туризма в Малопургинском районе Удмуртской Республики .....	60
<i>Баталов А. К.</i> Перспективы развития военно-исторического туризма в Удмуртии .....	67
<i>Серебрякова И. Л.</i> Перспективы развития гастрономического туризма в Удмуртской Республике .....	73
<i>Заляева Р. И., Акатьева Л. В.</i> Агротуризм как перспективное направ- ление развития туризма в Удмуртской Республике .....	77
<i>Серебрякова И. Л.</i> Развитие сельского туризма в Удмуртии (на приме- ре деревни Быги Шарканского района) .....	87
<i>Саранча М. А.</i> Проблемы и перспективы развития туристско- рекреационной сферы Удмуртской Республики .....	92
<b>РАЗДЕЛ 4. ТУРИЗМ В ПРИРОДНОЙ СРЕДЕ: ТЕОРИЯ, ИССЛЕДОВАНИЯ, ПРАКТИКА</b> .....	99
<i>Герасимов С. В., Коньшев Е. В.</i> Туризм в природной среде: понятий- но-терминологический аппарат .....	99

<i>Дорофеев А. А.</i> Мониторинг инфраструктуры и количества экотуристов в национальных парках и заповедниках России .....	105
<i>Пахомова О. М.</i> Эколого-географическая оценка климатических условий Кировской области для целей рекреации и туризма .....	113
<i>Малькова И. Л.</i> Природно-очаговые болезни на территории Удмуртии как рекреационный антиресурс .....	118
<i>Гарифова И. А.</i> Оздоровительный туризм в России на современном этапе .....	124

## **РАЗДЕЛ 5. ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

<i>Карпеева А. П.</i> Древности Воткинска .....	129
<i>Овчинникова Т. А., Берестова Е. М.</i> Архитектурная среда современного города как историко-культурный потенциал развития туризма ...	135
<i>Петрик Я. В., Пименова Е. Л.</i> Опыт организации литературных туров за рубежом .....	150
<i>Бузмакова Н. А.</i> Национальный музей Удмуртской Республики имени Кузебая Герда — возможности и перспективы в сфере туризма .....	156

## **РАЗДЕЛ 6. ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ И ПРОДВИЖЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРПРОДУКТА**

<i>Урасинова Е. О., Саранча М. А.</i> Опыт деятельности регионального туристско-информационного центра (на примере Республики Татарстан) .....	162
<i>Бекметова А. Р., Стремоусова Е. В.</i> Выставочные мероприятия и их роль в продвижении имиджа территории .....	166
<i>Бекметова А. Р., Стремоусова Е. В.</i> Анализ и направления совершенствования участия Игринского района Удмуртской Республики в выставке «Туризм. Спорт. Отдых» .....	173
<i>Шалахов Е. Г.</i> «Шереметевская археология»: популяризация памятников и научные контакты регионального учреждения культуры .....	187
<i>Балабанова Д. А., Галанова Н. А.</i> Обзор интернет-возможностей в организации самостоятельного выездного туризма .....	191
<i>Равеечатхонг Т., Оконникова Т. И.</i> Предпочтения и возможности тайских туристов при выборе тура в Россию .....	201
<i>Нелаева О. В.</i> Специфика применения рекламы в туризме .....	204

## **РАЗДЕЛ 7. ОРГАНИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖНОГО И ДЕТСКОГО ДОСУГА**

<i>Наймушина Т. Ю.</i> Молодежный спортивный туризм как средство формирования здорового образа жизни (на примере Удмуртской Республики) .....	210
---	-----

<i>Якимова Т. Ю.</i> Об опыте работы РЦДОД в области детского туризма и краеведения.....	215
<i>Наймушина Т. Ю.</i> Туристические лагеря как эффективная форма развития спортивно-оздоровительного туризма в Удмуртии.....	223
<i>Даньшина С. А.</i> Роль музеев в формировании исторического сознания молодежи.....	227
<i>Каракулова М. А.</i> Использование регионального компонента в научно-исследовательской работе учащейся молодежи .....	237

## СПИСОК АВТОРОВ

- Акатьева Л. В.** — доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Балабанова Д. А.** — магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Баталова Л. В.** — к. и. н., доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере, директор Института социальных коммуникаций ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Баталов А. К.** — магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Берстова Е. М.** — к. и. н., доцент, заведующая кафедрой культурологии и менеджмента в культуре ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Бекметова А. Р.** — студент специальности «Социально-культурный сервис и туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Бузмакова Н. А.** — заведующая отделом внемузейных экскурсий и передвижных выставок «Национальный музей Удмуртской Республики им. Кузубая Герда», г. Ижевск
- Гай И. А.** — доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Галанова Н. А.** — к. и. н., доцент, доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Гарифова И. А.** — магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Герасимов С. В.** — председатель общественной организации «Федерация оздоровительно-спортивного туризма Кировской области», г. Киров
- Голубева О. А.** — аспирант ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Даньшина С. А.** — к. и. н., доцент кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Дорофеев А. А.** — к. г. н., доцент кафедры туризма и природопользования ФГБОУ ВПО «Тверской государственный университет», г. Тверь
- Заляева Р. И.** — студент специальности «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск

- Калинина У. С.** — магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Каракулова М. А.** — учитель истории и обществознания МБОУ СОШ № 91, г. Ижевск
- Карпеева А. П.** — заведующий научно-просветительским отделом МАУ «Музей истории и культуры г. Воткинска»
- Коньшев Е. В.** — к. г. н., заведующий кафедрой социально-культурного сервиса и туризма ФГБОУ ВПО «Вятский государственный гуманитарный университет», г. Киров
- Ложкина М. Д.** — магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Малькова И. Л.** — к. г. н., доцент кафедры экологии и природопользования ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Мерзлякова Г. В.** — д. и. н., профессор кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций, Ректор ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Наймушина Т. Ю.** — магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Нелаева О. В.** — старший преподаватель кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Никитина Т. В.** — магистрант направления подготовки «Культурология» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Овчинникова Т. А.** — магистрант направления подготовки «Культурология» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Оконникова Т. И.** — к. и. н., доцент, заведующая кафедрой туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Пахомова О. М.** — к. г. н., доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма ФГБОУ ВПО «Вятский государственный гуманитарный университет», г. Киров
- Петрик Я. В.** — магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Пименова Е. Л.** — к. и. н., доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Равеччатпхонг Т.** — магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Рылова Н. И.** — к. э. н., доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск

- Саранча М. А.** — д. г. н., профессор кафедры бизнес-технологий в туризме и гостеприимстве ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва
- Серебрякова И. Л.** — магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Соловей И. В.** — к. ф. н., доцент кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Стремоусова Е. В.** — доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Тимофеева Д. Н.** — студент специальности «Культурология» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Урасинова Е. О.** — магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Шалахов Е. Г.** — экскурсовод государственного бюджетного учреждения культуры «Замок Шереметева» Республика Марий Эл
- Якимова Т. Ю.** — директор бюджетного образовательного учреждения дополнительного образования «Республиканский центр дополнительного образования детей» Удмуртской Республики

Научное издание

Региональный туризм:  
опыт, проблемы, перспективы

Выпуск 4

*Технический редактор А. В. Бакиев  
Компьютерный набор и верстка А. В. Моторин*

---

Подписано в печать 02.12.15. Формат 60×84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Гарнитура Таймс. Усл. печ. л. 14,42. Уч. изд. л. 15,12.  
Бумага офсетная №1. Тираж 500 экз. Заказ № 15-111.  
АНО «Ижевский институт компьютерных исследований»  
426034, г. Ижевск, ул. Кооперативная, д. 5  
E-mail: mail@rcd.ru Тел./факс: +7 (3412) 50-02-95

---