

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
КАФЕДРА ТУРИЗМА И БИЗНЕС-ТЕХНОЛОГИЙ В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ:

опыт, проблемы,
перспективы

ВЫПУСК 5



ИЖЕВСК
2016

УДК 338.48
ББК 65.433
Р 326

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. Соловьев, министр культуры и туризма Удмуртской Республики

Р326 Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы. Сборник научных статей. Выпуск 5. (Материалы III Всероссийской заочной научной конференции «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы», 27 сентября 2016 г., Ижевск). – Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2016. – 344 с.

Пятый выпуск сборника научных статей «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы» включает в себя материалы III Всероссийской научной конференции «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы» (27 сентября 2016 года г., Ижевск). В опубликованных материалах представлены результаты исследований различных аспектов развития туризма и туристской индустрии в регионах России. Это и вопросы управления туристской отраслью и управления качеством в туризме, вопросы продвижения позитивного туристского имиджа территорий, проблемы развития детского и молодежного туризма, вопросы развития экологического туризма. Также на конференции были презентованы опыт и возможности развития различных видов туризма, результаты археологических исследований в регионах.

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

ISBN 978-5-4344-0210-1
ISBN 978-5-4344-0414-3 (выпуск 5)

© Сост.: Т. И. Оконникова, М.А. Леконцева
© ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», 2016

ПРЕДИСЛОВИЕ

Развитие туризма в регионах Российской Федерации в настоящее время является актуальной государственной задачей. Благодаря объединению и координации усилий государственных, муниципальных, общественных организаций, коммерческого сектора, научных организаций и учебных заведений, ряд регионов Российской Федерации достигли существенных успехов в увеличении внутреннего и въездного турпотока. Другая часть субъектов федерации находится на этапе «самоопределения», поиска собственной ниши в туристской деятельности, апробирования собственного турпродукта.

Научные форумы, посвященные проблемам развития регионального туризма, способствуют более глубокому осознанию значимости вопросов управления туристской отраслью, обмену успешным опытом по реализации туристских проектов, продвижению позитивного имиджа территорий, презентации результатов исследований различных аспектов туристской деятельности.

27 сентября 2016 г. в Ижевске на базе Института социальных коммуникаций Удмуртского государственного университета была проведена III Всероссийская научная конференция «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы». Конференция ежегодно находит отклик среди большого количества исследователей и специалистов-практиков. Организатором конференции стала кафедра туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере.

Конференция традиционно проводилась в заочной форме. В ней приняли участие 80 человек из Москвы, Саратова, Волгограда, Кирова, Ростова-на-Дону, Йошкар-Олы, Комсомольска-на-Амуре, Ижевска.

На конференции обсуждались вопросы управления туристской отраслью, проблемы управления качеством в туризме, вопросы продвижения позитивного туристского имиджа территорий, проблемы развития детского и молодежного туризма, вопросы развития экологического туризма, были презентованы опыт и возможности развития различных видов туризма, результаты археологических исследований в регионах.

Материалы конференции объединены в настоящем, пятом, выпуске сборника научных статей «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы». Традиционно в сборник вошли материалы, подготовленные учеными-исследователями, специалистами-практиками, а также студентами и магистрантами направления подготовки «Туризм».

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, опыта деятельности по реализации туристских проектов, обсуждению актуальных научных и практических проблем в сфере туризма и рекреации.

РАЗДЕЛ 1

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ

УДК 338.48(470.51)(045)

РОССИЙСКИЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ ДЕСТИНАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В МИРОВОМ КОНТЕКСТЕ: ОПЫТ СРАВНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА

Понедельник А.А.

Южный федеральный университет

Рубан Д.А.

Южный федеральный университет

RUSSIAN REGIONAL DESTINATIONS OF INTERNATIONAL TOURISM IN THE WORLD CONTEXT: AN EXPERIENCE OF COMPARATIVE ANALYSIS

Ponedelnik A.A.

Southern Federal University

Ruban D.A.

Southern Federal University

Аннотация: Развитие дестинаций международного туризма в субъектах федерации отвечает национальным интересам России. Проведено сопоставление базовых параметров, характеризующих индустрию туризма и гостеприимства и социально-экономическую среду, отдельных регионов и стран. Установлено, что российские региональные дестинации международного туризма недоиспользуют имеющийся у них потенциал привлечения иностранных туристов.

Abstract: Development of international tourism destinations in federation subjects matches the national interests of Russia. It is attempted a comparison of some basic parameters characterizing the industry of tourism and hospitality and the socio-economic environments in selected regions and countries. It is established that the Russian regional destinations of international tourism use insufficiently their potential of foreign tourist attraction.

Ключевые слова: дестинации, международный туризм, региональная экономика, социально-экономическая среда, сравнительный анализ.

Key words: destinations, international tourism, regional economy, socio-economic environment, comparative analysis.

Внимание к состоянию отечественной индустрии туризма и гостеприимства [10], необходимость стратегического планирования ее развития [4], осознание наличия большого числа видов и направлений соответствующей деятельности (например, [1]) требуют проведения комплексного анализа всех имеющихся предпосылок ее развития. Эффективность подобного рода исследований наглядно продемонстрирована на примере гостиничного сектора [3, 14]. Богатство туристско-рекреационных ресурсов при большом размере страны предопределяют особую важность изучения данной индустрии на региональном [8] и местном [5] уровнях.

Целью настоящей работы является рассмотрение российских регионов как дестинаций международного туризма в мировом контексте путем прямого сравнения базовых параметров, характеризующих индустрию туризма и гостеприимства и социально-экономическую среду, этих регионов и отдельных стран. Возможность такого анализа определяется двумя обстоятельствами. Во-первых, по размеру территории, численности населения и качеству туристско-рекреационных ресурсов субъекты

федерации действительно сопоставимы с европейскими странами. Эффективность прямого сравнения регионов России и стран при изучении вопросов, касающихся социально-экономического развития, была продемонстрирована ранее [11]. Во-вторых, социально-экономические предпосылки действительно являются одними из наиболее важных для рассматриваемой индустрии. Сказанное тем более актуально в связи с формированием центров экономического развития на отдельных территориях [6, 7, 12], что позволяет последним напрямую встраиваться в мировую хозяйственную систему. При этом обретение региональной экономикой должной инновационности влияет на развитие туристической деятельности [2].

Фактическим материалом послужили статистические данные относительно размера туристских потоков, валового регионального продукта (ВРП) и валового внутреннего продукта (ВВП) в расчете на душу населения и обменном курсе иностранной валюты, представленные на официальных web-страницах следующих организаций: Ростуризм (<http://www.russiatourism.ru/content/8/section/81/detail/4124/>), Росстат (http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156), Центральный банк РФ (http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=credit_statistics/ex_rate_ind_13.htm), Всемирный банк (<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>) и Всемирная туристическая организация (<http://www2.unwto.org/>). Данные взяты для 2013 г. по двум причинам. Во-первых, он предшествовал началу проявления неоднозначных тенденций в экономике, которые могут «затушевывать» истинное соотношение параметров. Во-вторых, этот год является на настоящий момент последний, для которого доступна полная информация по значениям изучаемых параметров.

Методика анализа заключалась в следующем. Во-первых, были выделены основные российские региональные дестинации международного туризма, которые характеризуются наиболее значительными потоками иностранных туристов (1% и более от общего потока в страну), о чем можно судить по числу иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения (этот параметр фиксируется Ростуризмом). Во-вторых, для каждого из этих регионов размер ВРП на душу населения (данные Росстата), характеризующий в самом общем виде социально-экономическое благополучие, был пересчитан в доллары США, для чего было использовано среднее значение номинального курса этой валюты к рублю за 2013 г. (на основании данных Центрального банка РФ). В-третьих, опираясь на данные Всемирного банка о размере ВВП на душу населения, для каждого выбранного российского региона были определены европейские страны со значениями ВВП/чел., близким к значению ВРП/чел. (в долларовом выражении). В-четвертых, из числа этих стран выбиралась страна-аналог с учетом соотношения размера территории и численности населения выбранных стран и анализируемого региона. В-пятых, проводилось сравнение потока иностранных туристов в регион и страну-аналог. Первое маркирует число иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения (данные Ростуризма), а второе – число международных прибытий (данные Всемирной туристической организации). Хотя результаты такого анализа оказываются весьма «грубыми» и не учитывают большого числа прочих факторов и различий в подходах к организации туристической деятельности в странах и отдельных регионах, они все-таки позволяет понять в самом общем виде, насколько российские региональные дестинации международного туризма более или менее привлекательны в мировом масштабе в сравнении со странами со сходным социально-экономическим благополучием. Как уже отмечалось выше, подобный принцип сравнения уже успешно апробирован [11].

Результаты анализа, проведенного по описанной выше методике, оказались следующими. В России может быть выделено 12 региональных дестинаций международного туризма, две из которых (Москва и Санкт-Петербург) являются наиболее крупными, четыре (Московская область, Приморский край, Свердловская область и

Краснодарский край) – значительными, а прочие – сравнительно небольшими (табл. 1). По социально-экономическому благополучию соответствующие регионы значительно разнятся: наиболее благополучны Москва, а также Самарская область и Санкт-Петербург, а наименее – Челябинская область (табл. 1). При этом «разрыв» между Москвой и Челябинской областью оказывается больше, чем в 3 раза.

Таблица 1

Число иностранных туристов и уровень социально-экономического развития в основных российских региональных дестинациях международного туризма в 2013 г.

Регион	Число иностранных туристов, тыс. чел. (Ростуризм)	ВРП/чел.	
		тыс. руб. (Росстат)	тыс. долл. (расчет авторов)
Москва	1823	966	30
Санкт-Петербург	1047	491	15
Московская область	170	360	11
Приморский край	118	296	9
Свердловская область	92	367	11
Краснодарский край	77	301	9
Калужская область	59	292	9
Республика Татарстан	58	404	13
Самарская область	55	324	10
Иркутская область	52	330	10
Калининградская область	51	289	9
Челябинская область	42	252	8

Для российских региональных дестинаций международного туризма установлены европейские страны-аналоги (табл. 2). Во многих случаях прослеженное «соответствие» весьма условно в силу значительных различий регионов и стран по размеру территории и/или численности населения. Значения параметров ВРП/чел. и ВВП/чел. в долларовом выражении при этом более или менее сопоставимы.

Таблица 2

Европейские страны-аналоги основных российских региональных дестинаций международного туризма в 2013 г.

Регион	Страна-аналог (предложение авторов)	Число иностранных туристов в стране-аналоге, тыс. чел. (Всемирная туристическая организация)
Москва	Андорра	2328
Санкт-Петербург	Литва	2012
Московская область	Венгрия	10675
Приморский край	Черногория	1324
Свердловская область	Венгрия	10675
Краснодарский край	Черногория	1324
Калужская область	Черногория	1324
Республика Татарстан	Литва	2012
Самарская область	Венгрия	10675
Иркутская область	Польша	15800
Калининградская область	Черногория	1324
Челябинская область	Сербия	922

Сравнивая число иностранных туристов в российских региональных дестинациях международного туризма и предлагаемых для них странах-аналогах (табл. 1, 2), можно увидеть заметные различия. Во всех случаях поток иностранных туристов в страны в десятки и даже первые сотни раз превышает поток таковых в российские регионы. Эти различия столь велики, что никакая «грубость» проведенного анализа и различные сделанные при этом допущения не могут быть признаны в должной степени значимыми. Представляется уместным высказать два предположения. Во-первых, возможно, что субъекты Российской Федерации действительно сильно недоиспользуют свой туристическо-рекреационный потенциал для привлечения иностранных туристов и встраивания в международную индустрию туризма и гостеприимства. Во-вторых, социально-экономическое благополучие стран и регионов может быть не столь уж определяющим фактором развития туристической деятельности. Второе из высказанных предположений может оказаться верным лишь отчасти. Дело в том, что социально-экономическое благополучие создает три важных условия для привлечения иностранных туристов. Это наличие средств для инвестиций в развитие региональной индустрии туризма и гостеприимства, снижение остроты социальных проблем, внешняя открытость и появление амбициозных задач по увеличению экономической конкурентоспособности в национальном и международном масштабе (развитие индустрии туризма и гостеприимства, являющееся одним из выражений процессов глобализации, выступает в качестве существенного средства решения таких задач).

Следовательно, можно утверждать (пусть даже с большими допущениями) о недостаточном использовании своего потенциала российскими регионами как дестинациями международного туризма. Усилия, направленные на совершенствование инфраструктурного обеспечения индустрии туризма и гостеприимства и, в частности, происходившее в последние годы развитие гостиничного сектора [3, 14], безусловно, помогают решить эту проблему. Однако последняя связана, как минимум, еще с тремя обстоятельствами. Во-первых, со времен бывшего СССР сфера услуг традиционно воспринимается как достаточно «периферийная» при принятии экономических решений и долгосрочных программ (тем не менее, такое восприятие заметно менялось в лучшую сторону за последние два десятилетия). Во-вторых, российские регионы недостаточно активно продвигаются в качестве дестинаций международного туризма. Даже на внутреннем рынке их образ часто оказывается неполным, некорректным и т.д. [9, 13, 15]. При этом важно обратить внимание на возможные отличия в предпочтениях отечественных и иностранных туристов. Скажем, продвижение Краснодарского края как рекреационной дестинации прибрежной зоны вряд ли заинтересует иностранных туристов, которых больше привлечет возможность участия в эко- или этнотуристических программах. Наконец, в-третьих, нельзя не отметить и проблемы, связанные со стратегическим планированием в индустрии в целом [4].

Основной вывод настоящей работы о том, что российские региональные дестинации международного туризма недоиспользуют имеющийся у них потенциал привлечения иностранных туристов, предопределяет необходимость совершенствования программ развития соответствующей индустрии, разрабатываемых в субъектах федерации (если последние хотят использовать туристическую деятельность как средство увеличения конкурентоспособности, что вполне отвечает государственным интересам). В регионах должны, во-первых, четко определяться целевые показатели туристских потоков, во-вторых, обозначаться соответствующие инфраструктурные решения и, в-третьих, обеспечиваться формирование положительного и узнаваемого образа в России и мире.

Список использованных источников

1. Акимова М.А., Рубан Д.А. Экстремальный туризм: совершенствование классификации // Географический вестник. 2016. № 1. С. 95-103.

2. Гонтарева Е.Ф., Рубан Д.А. Инновационные предпосылки развития делового туризма на Юге России // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2015. № 1. С. 32-36.
3. Гонтарева Е.Ф., Рубан Д.А. Развитие гостиничного хозяйства в России: пространственная динамика основных параметров // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. 2016. № 1. С. 8-29.
4. Григоренко Т.Н., Казьмина Л.Н. Приоритеты в области развития внутреннего и въездного туризма России на современном этапе // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 4. С. 14-16.
5. Иванчук К.В., Григоренко Т.Н. Перспективы развития туризма в Ейском районе // В сб.: Проблемы туризмовеждения. Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2015. С. 120-123.
6. Латушко Н.А. Стратегический вектор регионального развития Южного федерального округа // Социальная политика и социология. 2014. № 3. С. 30-37.
7. Латушко Н.А., Свиридов О.Ю. Ресурсные и институциональные предпосылки формирования регионального финансового центра на Юге России // Экономические и гуманитарные исследования регионов. 2013. № 1. С. 87-97.
8. Макаренко В.С., Григоренко Т.Н. Потенциальные направления развития въездного и внутреннего туризма Ростовской области // Вестник Национальной академии туризма. 2014. № 1. С. 76-78.
9. Паникарская Н.И., Стаценко А.А., Рубан Д.А. Туристический образ региона в сетевом пространстве: проблема качества информации // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2015. № 1. С. 80-92.
10. Романова М.М. Анализ российского туризма в современных реалиях // В сб.: Устойчивое развитие российской экономики. 2016. С. 106-110.
11. Сахарова О.Н. Индекс развития человеческого потенциала: место России в современном мире // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2014. № 1. С. 16-20.
12. Свиридов О.Ю., Латушко Н.А. Формирование стратегии развития экономики региона в условиях финансовой глобализации. Ростов-на-Дону: Содействие – XXI век, 2013. 144 с.
13. Смотров И.А., Рубан Д.А. Туристический образ Республики Адыгея в электронном пространстве и перспективы его оптимизации // Вестник БИСТ. 2015. № 4. С. 68-74.
14. Шерешева М.Ю., Полянская Е.Е. Развитие гостиничного бизнеса в регионах России // Финансы и кредит. 2016. № 2. С. 37-45.
15. Щекунцова О.С., Рубан Д.А. Туристический образ региона в электронном пространстве: опыт комплексной оценки // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2016. № 1. С. 117-127.

**ПРИНЦИПЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ
ДОТАЦИОННОГО РЕГИОНА**

Коньшев Е.В.

Вятский государственный университет

**PRINCIPLES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURIST-
RECREATIONAL SYSTEM IN SUBSIDIZED REGION**

Konishev E.V.

Vyatka State University

Аннотация: В статье представлен анализ подходов применения понятия «устойчивое развитие» к туризму. Раскрывается значение и особенности применения кластерного подхода к обеспечению устойчивого развития региональной туристско-рекреационной системы. Обозначены принципы использования кластерного подхода к развитию региональной туристско-рекреационной системы в условиях дотационности.

Abstract: The article presents the analysis of approaches of applying the concept of sustainable development to tourism. Reveals the importance and peculiarities of application of cluster approach to the sustainable development of regional tourist and recreational system. Principles of use of cluster approach to the development of the regional tourist-recreational system in terms of subsidization.

Ключевые слова: региональная туристско-рекреационная система, устойчивое развитие туризма, дотационные регионы.

Key words: regional tourist-recreational system, sustainable development of tourism, subsidized regions.

Региональная туристско-рекреационная система на функциональном уровне состоит из двух подсистем – рекреационной и туристской, а на пространственном уровне выражается в форме туристско-рекреационного каркаса [13]. Одним из главных показателей комплексной эффективности развития региональной туристско-рекреационной системы являются ее устойчивость и соответствие принципам устойчивого развития. Туризм, являясь феноменом XX века и усиливая влияние на все сферы жизнедеятельности человека в веке XXI, требует особого отношения и применения инновационных моделей развития. Понятие «устойчивое развитие» применяется, как правило, при обсуждении глобальных проблем человечества. На региональном и локальном уровне такие вопросы ставятся крайне редко. Однако, в условиях ограниченности ресурсов именно принципы устойчивого развития становятся ведущими при организации процесса капитализации потенциала.

В 2002 году вопросы устойчивого туризма были подробно рассмотрены в пункте 43 главы IV Йоханнесбургского плана выполнения решений, принятого на Всемирной встрече на высшем уровне по устойчивому развитию. Всемирная организация по туризму приступила к реализации проекта под названием «Развитие устойчивого туризма в целях искоренения нищеты», направленного на развитие устойчивого туризма в качестве средства ликвидации нищеты. Вопросы устойчивого развития были рассмотрены Комиссией в рамках пятого цикла работы в 2012 и 2013 годах [19].

Ведущие позиции в изучении вопросов устойчивого развития заняли ученые Московского госуниверситета. Академик Н. С. Касимов под устойчивым развитием определяет инвариантный процесс воспроизводства состояния социума, т. е. процесс, при котором естественная динамика социальных систем не затрагивает их структурных и качественных особенностей. В качестве источника роста экономики им определяются

новые для своего времени идеи, более эффективные источники мощности, основанные на более совершенных технологиях, требующих лучшей организации и качества управления, что особенно актуально в кризисных ситуациях. Также необходимым условием достижения устойчивого развития России является сохранение высокого уровня и качества образования, а также его модернизация в соответствии с происходящими научно-техническими и социально-экономическими переменами в стране [10, 18].

Успешное экономическое развитие отождествлялось с таким экономическим ростом, который сопровождается расширением его ресурсных слагаемых, выражается в приростных величинах (продукции, дохода, выработки) и происходит за счет ускоренной эксплуатации природных ресурсов и интенсивного наращивания промышленного потенциала. При этом глобальные и активно эксплуатируемые возможности обогащения сочетались с весьма слабыми структурами финансового контроля и экономической ответственности, развитие которых перманентно отставало от роста скорости, плотности и масштабов экономических взаимодействий и процессов. Однако такая модель эгоистического развития, характеризующая нынешнее цивилизационное самовоспроизводство, создавала только иллюзию развития, но не была способна обеспечить устойчивое развитие человечества в долгосрочной перспективе [1].

В статье Е. Г. Киякбаевой представлена классификация блоков индикаторов показателей устойчивого развития в региональных целевых программах развития туризма, включающая: Экономический блок; Экологический блок; Социальный блок; Блок оценки качества предоставляемых услуг. Каждый блок состоит из групп индикаторов, максимально отображающих картину текущего развития индустрии туризма [11].

Критерии и показатели оценки эффективности инвестиционных проектов устойчивого туризма предложены В. И. Голодяевой, Т. В. Рассохиной [2]. Они предлагают дополнить показатели бюджетной, коммерческой и общественной эффективности индикаторами социальной и экологической эффективности в соответствии с критериями устойчивого развития.

По мнению М. А. Жуковой, развитие устойчивого туризма в регионе обеспечивает единство туристов, персонала, работающего в туристическом бизнесе, местного населения, заинтересованного в повышении уровня жизни. Большую роль в устойчивом развитии регионов она отводит сельскому туризму [6].

Попытка диверсификации общей модели устойчивого развития туризма с учетом трех факторных переменных (количества туристов, интегрального показателя качества окружающей среды и капитальных активов) представлена в работе Д. А. Ефимова [5].

В монографии «Туризм и устойчивое развитие региона: социальный и институциональный аспекты» на примере Иркутской области и Республики Бурятия рассматривается теоретическая и практическая сторона моделирования влияния туризма на устойчивое развитие региона. Особое место уделяется социальному аспекту как наиболее значимому в обеспечении устойчивости, определяется роль туризма в развитии кризисных территорий. В работе выделены институты, которые оказывают существенное влияние на устойчивое развитие, и определены стратегические направления устойчивого развития туризма в Прибайкалье на основе развития кластеров [3].

Таким образом, в российской науке наблюдается активизация исследований, посвященных устойчивому развитию регионов в целом и туризма в частности. Уделяя значительное внимание принципам устойчивого развития, предпринимая попытки разработать показатели и методики оценки устойчивого развития туризма, признавая влияние туризма на социальную и экономическую сферы, практически отсутствуют исследования, посвященные пространственной организации устойчивого развития туризма и устойчивой организации рекреационной деятельности в условиях дотационности.

Главная роль в организации устойчивого развития туризма отводится кластерному подходу. Интерес к кластерному подходу в среде ученых и государственных деятелей

обусловлен и поиском новых, более эффективных форм организации хозяйственной деятельности, и попыткой внедрить достижения западной экономической науки в российскую действительность. Приоритетность кластерного подхода в сфере туризма была закреплена на нормативно-правовом уровне. Так, в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» предусмотрено создание туристско-рекреационных и автотуристских кластеров на территории РФ. В рамках ФЦП проекты туристско-рекреационных кластеров реализуются уже более чем в 50 субъектах РФ. Без научного сопровождения, без создания мощной, адаптированной к российским условиям теоретической базы столь массовое развитие туристско-рекреационных кластеров было бы невозможно. Некоторое лидерство в разработке теории развития туристских кластеров принадлежит представителям экономической науки. Как правило, основные акценты расставляются на принципах, механизмах, качестве организации процесса управления кластером, а также выделении сущностных характеристик кластера с точки зрения экономических теорий и категорий. Так, Л. И. Муратова пишет, что кластером является сосредоточенная на конкретной территории совокупность субъектов хозяйствования (профильных разработчиков и производителей инновационной продукции, поставщиков и сбытовой сети), функционально взаимосвязанных конкурентоспособных и дополняющих друг друга видов экономической деятельности и производств, действующих в определенной сфере [17].

Н. В. Рубцова дает сравнительный анализ моделей туристских кластеров, представленных в трудах зарубежных и российских ученых. На основе детального анализа делается вывод, что все авторы признают наличие отраслевой специализации входящих в туристский кластер компаний, а также то, что все модели строятся вокруг некоего «ключевого» элемента, наличие которого является необходимым условием формирования туристского кластера [20]. Совместно с Н. Н. Даниленко они дают определение туристского кластера. Туристский кластер – это стратегическая межорганизационная сеть в рамках туристской дестинации, которая обладает определенным набором необходимых и достаточных характеристик (признаков): наличие группы географически сконцентрированных предприятий, прежде всего, типичных для туристской сферы, объединенных прямыми и обратными связями; общая культурная и социальная среда; особая отраслевая специализация; присутствие среди авторов государственных и частных институтов, владельцев туристских ресурсов как экономических благ, потребителей туристских продуктов [3].

Большинство рассмотренных подходов к определению понятия туристского кластера и выделенных моделей его развития ориентированы на функционально-структурную его характеристику. Пространственный подход к изучению туристско-рекреационных кластеров, а также стремление адаптировать кластерный подход к достижениям советской и российской науки характерны для ученых-географов. В исследованиях представителей географической науки понятие «туристско-рекреационный кластер» сочетается и рассматривается с такими категориями, как географическое поле, географическое пространство, территориальная туристско-рекреационная система, территориально-производственные комплексы, энерговещественные циклы, пространственная организация, территориальные общественные системы и пр.

По мнению З. Г. Мирзехановой, разработанная В. С. Преображенским модель территориально-рекреационной системы является своеобразным прототипом туристско-рекреационного кластера (ТРК). Также она отмечает, что вклад кластерного подхода в успех развития регионального туризма пока незначителен [16].

С. Н. Соколов, подвергая анализу теорию территориально-производственных комплексов, концепцию энергопроизводственных циклов и кластерный подход, предложил ввести понятие «географический кластер» (пространственно-временной воспроизводственный кластер). Он отмечает, что в основе географических кластеров лежат циклы рыночной экономики, к которым относится и рекреационный [21].

Сравнительный анализ наиболее существенных свойств кластеров и территориально-производственных формирований советского типа приведен в работе О. М. Котовой [14].

Географический взгляд на сущность и значение туристско-рекреационных кластеров преобладает в работе ученых кафедры туризма Пермского государственного национального исследовательского института. Так, А. И. Зырянов выделяет географическое поле туристского кластера как «поле туристско-рекреационной деятельности с географическим содержанием» [7, 8]. Совместно с С. Э. Мышлявцевой они выделяют три зоны туристско-рекреационного кластера. Первая зона, центральная, или ядро кластера, выступает генератором туристских инноваций и распределителем туристских потоков. Вторая зона, базовая, или опорная, – это территория концентрации основных туристских объектов и маршрутов. Третья зона, перспективная, является зоной межрегионального туристского сотрудничества с соседними подобными системами [10].

Как считает А. Н. Дунец, «кластер является одной из наиболее эффективных форм развития экономики регионов и в полной мере выражает триединство: природа – население – хозяйство». В своей статье автор предлагает основные этапы создания туристских кластеров с использованием структурно-функционального подхода, обосновывает возможность создания межрегионального туристского кластера в долине реки Катунь Алтайского региона [4].

Определение туристско-рекреационного кластера, ставшее уже классическим и общеупотребимым, а также основные этапы по его формированию раскрывает В. И. Кружалин. Он считает, что туристско-рекреационный кластер – это группа географически соседствующих взаимодействующих компаний и связанных с ними органов государственного управления, формирующих и обслуживающих туристские потоки, использующие рекреационный потенциал территории [15].

Таким образом, большинство исследователей определяют кластерный подход ведущим при организации процесса управления и пространственного развития туризма в регионе. Ряд ученых отмечают, что кластерный подход наиболее благоприятен для развития бизнеса на территории. Наличие проекта развития туристского кластера является обязательным условием для участия в конкурсе на получение финансирования из средств федерального бюджета в рамках реализации мероприятий ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». В связи с этим разработка иных форм пространственной организации туристско-рекреационной деятельности несет скорее теоретическое значение и не всегда востребована в экономической и управленческой сферах. На основании анализа опыта реализации политики в области развития туристских кластеров можно сделать ряд обобщений:

1. Большинство проектов ТРК сконцентрировано и функционирует на основе использования гидрографических объектов (реки, озера, водохранилища). Они представляют собой группу географически сконцентрированных предприятий, создающих услуги на основе локального туристско-рекреационного потенциала. Уникальные объекты туристско-рекреационного потенциала определяют общую специализацию туристско-рекреационного кластера.

2. Наиболее успешные проекты кластеров развиваются на месте существующих и/или функционировавших в советское время туристских территорий. На территориях нового освоения развитие проектов сталкивается с объективными трудностями привлечения инвесторов, которые не видят перспектив из-за отсутствия устойчивого туристского потока.

3. В наиболее развитых с точки зрения туризма российских регионах – Москве и Санкт-Петербурге – не представлены ни туристско-рекреационные зоны, ни туристско-рекреационные кластеры. А в Краснодарском крае и на других туристских территориях их минимальное количество. Это, на наш взгляд, свидетельствует о том, что кластерный подход наиболее актуален для территорий пионерного туристского освоения, где

существуют проблемы с инфраструктурным обеспечением туристско-рекреационной деятельности.

4. Проекты туристско-рекреационных кластеров, как правило, носят точечный характер, затрагивая развитие отдельного места, города или предприятия. Только один регион (Пермский край) применяет концепцию туристско-рекреационных кластеров ко всему пространству края.

5. Наличие системы устойчивых прямых и обратных связей между участниками туристско-рекреационного кластера играет важную роль в обеспечении его устойчивого развития. Формирование данной системы возможно лишь при мощной, принятой участниками туристско-рекреационного кластера, идее. Формулированием идеи и представлением ее в виде Концепции должна заниматься научная организация при поддержке органов исполнительной власти.

Кластерный подход как инструмент содействия развития бизнеса становится еще более востребованным в дотационных регионах. Дотационность как экономический диагноз территории ориентирует регион на поиск более эффективных технологий, позволяющих рационально использовать потенциал, а в идеале его приумножить. В условиях дотационности российские регионы не всегда могут самостоятельно обеспечить высокий уровень развития туристской инфраструктуры. Требуются поиск и внедрение новых подходов к организации туристской деятельности, как на уровне государства, так и на уровне городских и сельских поселений. На уровне государства основное внимание уделяется реализации мегапроектов с многомиллиардным бюджетом и проведению значимых в мировом масштабе событий. Большинство проектов реализуется в так называемых туристских регионах, обладающих уникальными ресурсами мирового уровня. Большинство же регионов России являются «нетуристскими» по географическим и/или историческим особенностям. Привлечь внимание руководства страны к своему региону и обеспечить приток федеральных средств такие субъекты Российской Федерации могут лишь при объединении усилий большинства муниципальных образований. В целом же «нетуристские» регионы вынуждены рассчитывать лишь на собственные средства и частные инвестиции, объемы которых на порядок ниже. Как показывает практика, частные инвесторы вкладывают денежные средства в создание и развитие туристской инфраструктуры муниципального образования, лишь, когда уверены в быстрой окупаемости инвестиций. А это возможно только при стабильном и высоком туристском потоке, необходимым условием для закрепления которого, является развитая туристская инфраструктура. Образуется своеобразный замкнутый круг – постоянный туристский поток не возникает, так как нет развитой инфраструктуры, а в развитие инфраструктуры предприниматели не вкладываются, так как нет гарантий устойчивого туристского потока. Одним из решений проблемы может стать привлечение областных и муниципальных средств на реализацию микропроектов с бюджетом до 10-15 млн рублей. Данные микропроекты являются частью общего проекта по развитию туристского кластера района и поэтапно создают отдельные его элементы. Одновременно администрация района должна предпринять усилия по повышению инвестиционной привлекательности территории:

1. Обеспечить качественные подъездные пути.
2. Подвести линии электропередач.
3. Разработать схему территориального планирования и генеральный план развития территории.
4. Разработать и презентовать инвестиционные предложения.
5. Разработать и утвердить систему поощрений и стимулирования инвесторов.
6. Оказывать помощь при межевании и кадастровой оценке земель.

Материальные затраты района должны быть направлены на создание инфраструктуры, которой будут пользоваться и местные жители. Организационные и управленческие издержки перекладываются на соответствующий отдел при

администрации, а в перспективе – на информационно-туристский центр. Администрация района может выступить в качестве инициатора создания туристско-рекреационного кластера. Туристско-рекреационный кластер позволяет оптимизировать использование туристско-рекреационных ресурсов территории, формировать конкурентоспособный туристский продукт, создавать цепочки добавленной стоимости, вовлекать местное население в получение дополнительного дохода. Именно администрация района должна и может обеспечивать соблюдение принципов устойчивого развития туризма на своей территории.

В соответствии с бюджетом 2014–2016 годов, в 2015 и 2016 годах дотации не предусмотрены лишь для 15 из 85 субъектов РФ. К этим регионам относятся Республика Татарстан, Белгородская область, Калужская область, Ленинградская область, Московская область, Самарская область, Сахалинская область, Свердловская область, Тюменская область, Ярославская область, Москва, Санкт-Петербург, Ненецкий автономный округ, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Ямало-Ненецкий автономный округ. Устойчивый образ «туристских» регионов, подтверждаемый различными рейтингами и объемом туристских прибытий, характерен лишь для нескольких регионов. Так, в 2015 году Центр информационных коммуникаций «Рейтинг» совместно с журналом «Отдых в России» провели исследование, посвященное туристической привлекательности регионов РФ, их туристическому потенциалу и популярности среди отечественных и иностранных туристов. Согласно исследованию таких регионов 16, среди которых неоспоримыми лидерами являются Краснодарский край, города Санкт-Петербург и Москва, а также Республика Крым. Стоит отметить, что среди 16 регионов нет ни одного из Уральского федерального округа. Интересным представляется исследование, посвященное комплексной оценке туристско-рекреационного потенциала устойчивого развития туризма в регионах России. Согласно исследованию, к группе регионов-лидеров относятся Москва и Санкт-Петербург. Вторая группа регионов с высоким потенциалом включает 20 субъектов. Они расположены мозаично в Европейской части России, на Южном Урале, юге Сибири и в Прибайкальском регионе. К ним относятся Алтайский край, Белгородская, Ивановская, Иркутская, Калининградская, Калужская области, Камчатский и Краснодарский края, Ленинградская, Липецкая, Московская области, Пермский край, Ростовская область, Республики Алтай, Бурятия, Башкортостан, Татарстан, Самарская, Свердловская, Тюменская и Челябинская области [12].

Таким образом, можно сделать вывод, что к «туристским» регионам, имеющим статус донора, можно отнести не более 10 субъектов РФ (Москва, Санкт-Петербург, Республика Татарстан, Московская область и др.). К категории «нетуристских» и дотационных регионов относятся Магаданская область, Республика Удмуртия, Кировская область и большинство других регионов России. Все они имеют различный по структуре туристско-рекреационный потенциал, но дотационность и образ «нетуристского» региона вынуждают их адаптировать уже существующие модели развития туристско-рекреационных кластеров. При разработке модели туристско-рекреационного кластера в данных условиях необходимо учитывать следующие факторы:

1. Постоянный дефицит финансовых средств, необходимых для развития туристской инфраструктуры.
2. Слабо развитая региональная нормативно-правовая база по регулированию туристской сферы.
3. Пессимизм местного населения по поводу участия в процессе обслуживания туристов и получения дополнительного дохода.
4. Дефицит высококвалифицированных кадров туристской индустрии, необходимых для реализации кластерной политики.
5. Высокая концентрация объектов туристской индустрии (как правило, в областном центре). Территориальный разрыв между объектами туристской индустрии и наиболее уникальными туристскими ресурсами региона.

6. Неподдельный интерес со стороны органов исполнительной власти к вопросу развития туристско-рекреационной деятельности с целью увеличения доходной части бюджета (в этом случае туризм рассматривается только как бизнес).

7. Низкая конкурентоспособность регионального туристского продукта.

8. Необходимость высоких затрат ресурсов (финансовых, людских, временных) по формированию образа региона как туристского центра.

Обобщая опыт разработки и реализации проектов туристско-рекреационных кластеров в Кировской области, мы рекомендуем в этой работе руководствоваться следующими принципами [22]:

1. Реализация проектов должна быть направлена на развитие опорных точек туристского каркаса территории с постепенным вовлечением в туристско-рекреационную деятельность прилегающей территории.

2. Активное участие в региональных и федеральных конкурсах на получение поддержки из средств государственных и/или региональных программ. Подобные инициативы должны исходить от местных предпринимателей при консультационной поддержке профильных министерств и ведомств.

2. Ориентация на рекреационные потребности местного населения в развитии рекреационных функций местности и учет интересов туристов при разработке региональных туристских продуктов.

3. Разделение функций по формированию, контролю и реализации туристской политики. Оптимальная организационно-управленческая структура по реализации туристской политики должна выглядеть следующим образом:

- Формирование туристской политики – администрация региона.
- Реализация туристской политики – Информационно-туристский центр.
- Организация сотрудничества между государством и бизнесом с целью реализации общественно значимых проектов – в форме государственно-частного партнерства.

- Контроль за исполнением туристской политики – глава профильного министерства, общественность.

4. Создание и системное продвижение бренда территории на основе уникальных характеристик, объектов, событий.

Муниципальные образования регионов выступают как субъекты экономической деятельности, активно продвигающие свой потенциал и формирующие собственный положительный имидж. В связи со слабостью и расплывчатостью регионального имиджа, муниципальные образования ищут собственные основания для его создания на основе собственных уникальных параметров и характеристик. Следует отметить, что, несмотря на активную политику в брендообразовании, не все муниципальные районы обладают четко выраженной территориальной идентификацией. В качестве примера удачного позиционирования территории можно привести подход к развитию муниципального туризма в Вологодской области. Вследствие социально-географических и культурно-исторических особенностей каждое муниципальное образование обладает различным туристско-рекреационным потенциалом, социально-географическими и экономическими особенностями, что позволяет разрабатывать уникальный муниципальный туристский продукт. Учет этих особенностей позволяет, с одной стороны, исключить межмуниципальную конкуренцию, а с другой стороны, наладить межмуниципальное взаимодействие, разрабатывая комплексные туристские продукты и формируя единое информационное поле.

5. Формирование внутрирегиональных и межрегиональных протяженных туристских маршрутов. Примерами таких маршрутов являются «Золотое кольцо», круизные маршруты, пешеходные тропы.

6. Разъяснительная работа с местным населением, доведение до них значимости развития туризма. Население, проживающее на территории, выступает как мощный

туристский ресурс и катализатор развития туризма в муниципальном образовании. Каждый человек, проживающий в туристском районе, должен знать о выгодах туризма для себя, территории, общества. В этом случае негативные последствия от привлечения туристов будут восприниматься им не так остро. Каждый этап реализации проектов в сфере туризма должен широко освещаться в местных средствах массовой информации и обсуждаться на заседании рабочей группы.

7. Мониторинг развития туризма. Контроль качества и обеспечение безопасности. Каждый из проектов предполагает несколько этапов и различное количество исполнителей. Контроль за исполнением проекта возлагается на администрацию муниципального образования в лице главы района. Задачей муниципалитета также является разработка системы обеспечения безопасности туристов. Уровень безопасности является одним из основных параметров привлекательности территории для туристов, способствуя повышению туристского потока.

Таким образом, в условиях дотационности и слаборазвитой туристской функции места инициатива создания туристско-рекреационного кластера должна исходить от органов исполнительной власти регионального и/или муниципального уровня. Большинство проектов ориентировано на рекреантов и внутренний туристский поток, что позволяет создать устойчивый и более прогнозируемый поток посетителей, отработать технологию реализации услуг, подготовить туристский рынок к приему въездных туристов. Учитывая принципы устойчивого туризма, особое внимание при разработке проекта туристско-рекреационного кластера следует уделить доступности услуг для различных слоев населения, формированию чувства гражданского патриотизма, а также разработке экономических, социальных, экологических показателей оценки устойчивого развития.

Список использованных источников

1. Большаков Б. Е., Рябкова С. А. Электронное научное издание Международный электронный журнал. Устойчивое развитие: наука и практика. URL: [www. utazvitie. ru](http://www.utazvitie.ru) 2009. Вып. 1(2).
2. Голодяева В. И., Рассохина Т. В. Управление развитием туристских дестинаций России на основе оценки устойчивого развития туризма посредством критериев и индикаторов // Экономический рост в России: проблемы и перспективы / А. Г. Васильева, Н. В. Кузнецова, А. С. Игнатюк, В. А. Черненко, Е. В. Бодрова, В. В. Калинов, В. И. Голодяева, Т. В. Рассохина. St. Louis, Missouri, USA, 2015. С. 159-188.
3. Даниленко Н. Н., Рубцова Н. В. Туризм и устойчивое развитие региона: социальный и институциональный аспекты. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2013. 158 с.
4. Дунец А. Н. Пространственная организация туризма в регионе: теоретические основы кластерного подхода // Современные проблемы сервиса и туризма. 2011. № 1. С. 37-44.
5. Ефимов Д. А. Устойчивое развитие туризма: макроэкономические аспекты // Вестник РМАТ. 2011. № 2(2). С. 73-77.
6. Жукова М. А. Роль сельского туризма в устойчивом развитии российских регионов // Известия Сочинского государственного университета. 2013. № 1-2. С. 142-151.
7. Зырянов А. И. Географическое поле туристского кластера // Географический вестник. 2012. № 1. С. 96-98.
8. Зырянов А. И. Географические технологии туристского проектирования / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2010. 119 с.
9. Зырянов А. И., Мышлянцева С. Э. Туристские кластеры Пермского края // Туризм в глубине России: сб. трудов междунар. науч. семинара. Пермь, 2010. С. 3-10.
10. Касимов Н. С., Мазуров Ю. Л., Тикунов В. С. Феномен концепции устойчивого развития и его восприятие в России // Вестник РАН. 2004. № 1.

11. Киякбаева Е. Г. Индикаторы устойчивого развития туризма и их использование в федеральных программах развития туризма в России // Известия Сочинского государственного университета. 2014. № 1(29). С. 78-80.
12. Киякбаева Е. Г. Социально-экономические механизмы устойчивого развития туризма в регионах России: автореф. дис. канд. геогр. наук. М., 2015. 24 с.
13. Коньшев Е. В. Концептуальные модели региональной туристско-рекреационной системы: функциональный и пространственный уровни // Вестник ЗабГУ. № 12 (127). 2015. с. 99-109.
14. Котова О. М. Туристско-рекреационный кластер: понятие и сущность // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2012. № 1. С. 133-137.
15. Кружалин В. И. Тенденции развития фундаментальных и прикладных исследований в туризме и рекреации // Вестник РМАТ. 2011. № 3. С. 25-33.
16. Мирзеханова З. Г. Кластерный подход в развитии туризма (на примере Хабаровского края) // Туризм в современном мире: направления и тенденции развития: материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, посв. 10-летию кафедры «Социально-культурный сервис и туризм» / под ред. В. А. Чернова. Хабаровск, 2013. С. 165-171.
17. Муратова Л. И. Туристско-рекреационный кластер в региональной экономике // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2011. № 33. С. 10.
18. На пути к образованию для устойчивого развития в России / под ред. Н. С. Касимова и С. М. Малхазовой. М.: ГЕОС, 2006. 206 с.
19. ООН и устойчивое развитие. URL: <http://www.un.org/ru/development/sustainable/tourism.Shtml>.
20. Рубцова Н. В. Концептуальная модель туристского кластера: история вопроса и современный подход // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. 2014. № 3(71). С. 49-70.
21. Соколов С. Н. Рекреационные географические кластеры и проблемы их конкурентоспособности // Вестник Нижневартского государственного университета. 2011. № 2. С. 22-30.
22. Устойчивая региональная туристско-рекреационная система Кировской области: теория и практика: монография / [С. В. Герасимов, Ю. А. Колесова, Е. В. Коньшев, Е. В. Митягина, С. В. Ситников, О. М. Пахомова]; под общ. ред. Е. В. Коньшева. – Киров: Изд-во ООО «Радуга-ПРЕСС», 2015. – 254 с.

**THE ANALYSIS OF CONCENTRATION OF MARKET OF TOUR OPERATORS
OF RUSSIA IN 2015**

Norina A.A.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассмотрен рынок туроператоров в России, его структура. Цель данного исследования - анализ концентрации рынка туроператоров в России в 2015 году. Приведены основные показатели концентрации и формулы их расчета. Представлено позиционирование основных предприятий в отрасли. Сформулированы основные результаты по исследованию рынка туроператоров.

Abstract: This article describes the market tour operators in Russia, its structure. The purpose of this study is the analysis of market concentration of tour operators in Russia in 2015. There are major indices of concentration and formula of their calculation. There is positioning the main companies in the industry. Basic market research results of tour operators are formulated.

Ключевые слова: рынок туроператоров; концентрация; конкуренция; позиционирование.

Key words: market of tour operators; concentration; competition; positioning.

Вопрос о взаимосвязи концентрации продавцов на рынке и уровня монопольной власти является одним из базовых в рамках теории отраслевой организации. Концентрация продавцов отражает относительную величину и количество фирм, действующих в отрасли. Чем меньше число фирм, тем выше уровень концентрации. При одинаковом числе фирм на рынке чем меньше отличаются они друг от друга по размеру, тем ниже уровень концентрации.

Уровень концентрации влияет на поведение фирм на рынке: чем выше уровень концентрации, тем в большей степени фирмы зависят друг от друга. Результат самостоятельного выбора фирмой объема выпуска и цены продукции определяется ответной реакцией действующих на рынке конкурентов. Уровень концентрации влияет на склонность фирм к соперничеству или сотрудничеству: чем меньше фирм действует на рынке, тем легче им осознать взаимную зависимость друг от друга, и тем скорее пойдут они на сотрудничество. Поэтому можно предположить, что чем выше уровень концентрации, тем менее конкурентным будет рынок [4].

Количественными показателями, определяющими структуру товарного рынка, являются:

- численность продавцов;
- доли, занимаемые ими на данном товарном рынке;
- показатели рыночной концентрации.

Численность продавцов, на товарном рынке не позволяет сделать полных и достоверных выводов о наличии и характере конкуренции между ними, за исключением случаев, когда их количество очень мало. Для более полной характеристики рынка необходимо знание долей фирм, действующих на нём.

Рыночная доля отражает наиболее важные результаты конкурентной борьбы и показывает степень доминирования организации на рынке, выявляет распределение сил в конкурентной борьбе.

Всего для определения типа рыночной структуры используются множество показателей, в основе расчета которых лежит понятие доли предприятия на рынке.

Показатели рыночной концентрации дают предварительную оценку степени монополизации рынка, равномерности (или неравномерности) присутствия на нем хозяйствующих субъектов. Чем больше продавцов с равномасштабной поставкой продукции действует на рынке, тем меньше значение соответствующих показателей.

Перечислим основные показатели концентрации и формулы их расчета [3].

1. Индекс концентрации - измеряется как сумма рыночных долей крупнейших фирм, действующих на рынке:

$$C_k = \sum_{i=1}^k Y_i, \quad i = 1, 2, \dots, k,$$

где Y_i - размер фирмы (например, рыночная доля); k – количество фирм, для которых рассчитывается показатель

Индекс концентрации измеряет сумму долей k крупнейших фирм, на рынке. Для одного и того же числа крупнейших фирм, чем больше индекс концентрации, тем дальше рынок от идеала совершенной конкуренции.

2. Индекс Херфиндаля-Хиршмана - определяется как сумма квадратов долей всех фирм, действующих на рынке:

$$HHI = \sum_{i=1}^n Y_i^2, \quad i = 1, 2, \dots, n.$$

Индекс Херфиндаля-Хиршмана принимает значения от 0 (в идеальном случае совершенной конкуренции, когда на рынке бесконечно много продавцов, каждый из которых контролирует ничтожную долю рынка) до 1 (когда на рынке действует только одна фирма, производящая 100% выпуска). Если считать рыночные доли в процентах, индекс будет принимать значения от 0 до 10 000. Чем больше значение индекса, тем выше концентрация продавцов на рынке.

3. Индекс Линда – оценка относительной силы воздействия ведущих фирм рынка по сравнению с прочими крупными и мелкими фирмами.

$$L = \frac{1}{k(k-1)} \sum_{j=1}^{k-1} Q_j \quad Q_j = \frac{y_j / j}{\sum_{j=1}^k y_j - y_j / (k-j)}, \quad \text{где}$$

$k-1$ – число ведущих фирм среди k крупнейших продавцов

y_i – доля ведущей фирмы на рынке

Индекс Линда рассчитывается, пока $L > L_k + 1$

Рассмотрим подробно рынок туроператоров России на примере 10 крупнейших туроператоров по объему реализации [4]. Доли туроператоров на рынке представлены на рисунке 1. В 2015 году наибольшую долю рынка занимает туроператор «Солвекс Тревел». На данном рисунке можно увидеть, что в отрасли представлено достаточное количество компаний, доля которых примерно одинакова.

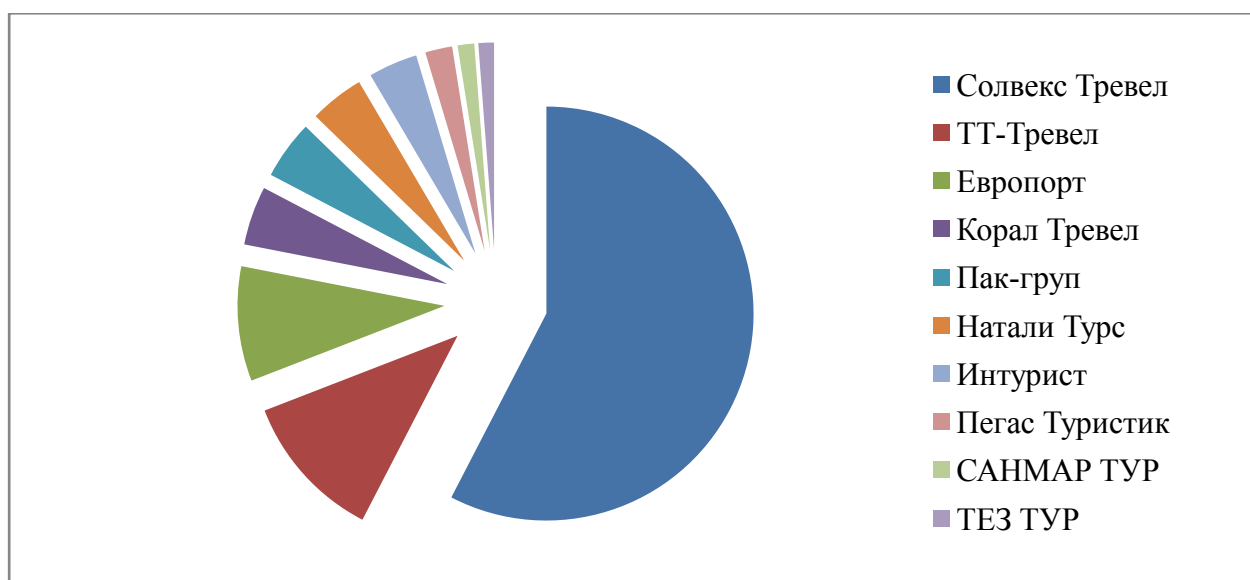


Рисунок 1. Доли туроператоров по объему реализованной продукции в 2015 г.

Представленные выше данные необходимы для расчета индексов концентрации, о которых написано выше.

Таблица 2

Основные индексы концентрации для рынка туроператоров

Индексы концентрации	2013 год	2014 год	2015 год
Индекс концентрации (для 3 фирм)	70,6	68,2	78,1
Индекс Линда	2 фирмы	3 фирмы	8 фирм
Индекс Херфиндаля-Хиршмана	2085,400	1987,017	3613,294

В таблице 2 можно наблюдать динамику концентрации на рынке туроператоров. В 2014 году произошло некоторое снижение концентрации, что можно заметить по индексу Херфиндаля-Хиршмана. В 2015 г. Наблюдается увеличение концентрации, что можно заметить по индексу концентрации и Херфиндаля-Хиршмана. Однако индекс Линда говорит об обратном – в 2015 г. большую часть рынка образуют 8 первых ведущих фирм туристической индустрии, что говорит о низкой концентрации рынка.

Наиболее популярным для расчетов является индекс концентрации. Он показывает, какую долю рынка занимает определенное количество компаний. Его можно рассчитывать для 3,4,5,6 и 8 ведущих фирм рынка. Результаты расчетов показали, что в 2015 г. 3 крупнейших компании занимают 78,1% рынка. Это туроператоры Солвекс Тревел, ТТ-Тревел, Европорт. 5 крупнейших туроператоров контролируют 87,3%.

Для выяснения количества фирм, которые имеют возможность вступить в олигополистический сговор, можно рассчитать индекс Линда. Данный индекс показал, что 8 компаний имеют возможность вступить в сговор.

Для определения существующих позиций предприятия, а также для выявления возможных стратегических направлений деятельности необходимо построить соответствующую стратегическую матрицу. Поскольку существующее положение предприятий, а тем более возможные стратегические направления обусловлены существующей отраслевой структурой, то в качестве параметров, лежащих в основе построения матрицы, будут использованы две группы показателей (параметров), характеризующих состояние отраслевого рынка.

Первая группа — показатели, отражающие деятельность предприятия при сложившейся рыночной структуре. Это рыночная доля, отображающая фактическое рыночное положение фирмы, возможность воздвигать стратегические барьеры входа,

оказывать влияние на другие фирмы и в целом на рыночную структуру, и рентабельность продаж.

Вторая группа показателей отражает в совокупности рыночную сторону стратегической матрицы. Это показатель рыночной концентрации и темпа роста рынка. По значениям темпа роста рынка можно определить стадию жизненного цикла отрасли, что позволит соответствующим образом скорректировать набор стратегических альтернатив.

Низкодифференцированное состояние отраслевого рынка соответствует низким значениям как количественных, так и качественных характеристик отраслевого рынка (нижний левый угол стратегической матрицы). Это достаточно нестабильное состояние, переходное из одного цикла развития в другой. Кроме того, оно может являться переходным при движении в другие квадранты матрицы. Рыночная доля как анализируемой фирмы, так и фирм-конкурентов, достаточно низка, рынок переживает состояние стагнации и упадка, а показатели эффективности деятельности фирмы также находятся значительно ниже нормативного либо среднеотраслевого уровня. Это самое непривлекательное состояние отраслевого рынка из возможных четырех.

Квадрант матрицы, находящийся в верхнем левом углу, соответствует состоянию упадка. При достаточно высоких значениях рыночной доли и концентрации качественные характеристики эффективности деятельности предприятия находятся ниже среднего уровня, а сам рынок также переживает состояние спада объемов реализации. Сохранение динамики таких процессов может привести к низкодифференцированному состоянию и изменению качественных параметров объекта.

Нижний правый угол стратегической матрицы может рассматриваться как конкурентное состояние, поскольку рыночные доли основных участников рынка достаточно низки или находятся на среднем уровне, рыночная конкуренция явно присутствует, поскольку уровень концентрации недостаточно высок. Кроме того, отраслевой рынок находится в состоянии относительной стабильности или роста, что стимулирует участников рынка к проведению активных действий по завоеванию и укреплению своих рыночных позиций. Поскольку эффективность активов предприятия достаточно высока, то для анализируемых предприятий данный квадрант будет весьма привлекательным.

Верхний правый квадрант стратегической матрицы будет соответствовать состоянию роста, так как все рассматриваемые характеристики имеют достаточно высокие значения. Рыночное и производственное состояние исследуемого предприятия стабильно и эффективно, рынок растет, а фирма занимает на нем прочную позицию, поддерживаемую одними из лучших отраслевых показателей рентабельности.

Темп роста рынка туроператоров составил в 2015 году 98,4%, а концентрация 3 ведущих фирм – 78,1%. Остальные данные представлены в таблице 3. Уровень рентабельности продаж отсутствует, поскольку данные по чистой прибыли найти оказалось невозможным. Однако отсутствие этих данных не влияет на результаты исследования.

Таблица 3

Исходные данные для построения матрицы в 2015 г.

№	Туроператор	Объем реализации, млн. руб.	Рыночная доля, %
1	Солвекс Тревел	6000	57,6
2	ТТ-Тревел	1200	11,5
3	Европорт	933	9,0
4	Корал Тревел	480	4,6
5	Пак-груп	478	4,6
6	Натали Турс	444	4,3
7	Интурист	400	3,8

8	Пегас Туристик	220	2,1
9	САНМАР ТУР	135	1,3
10	ТЕЗ ТУР	127	1,2

Результаты проведенного позиционирования 10 крупнейших туроператоров России представлены на рисунке 2.

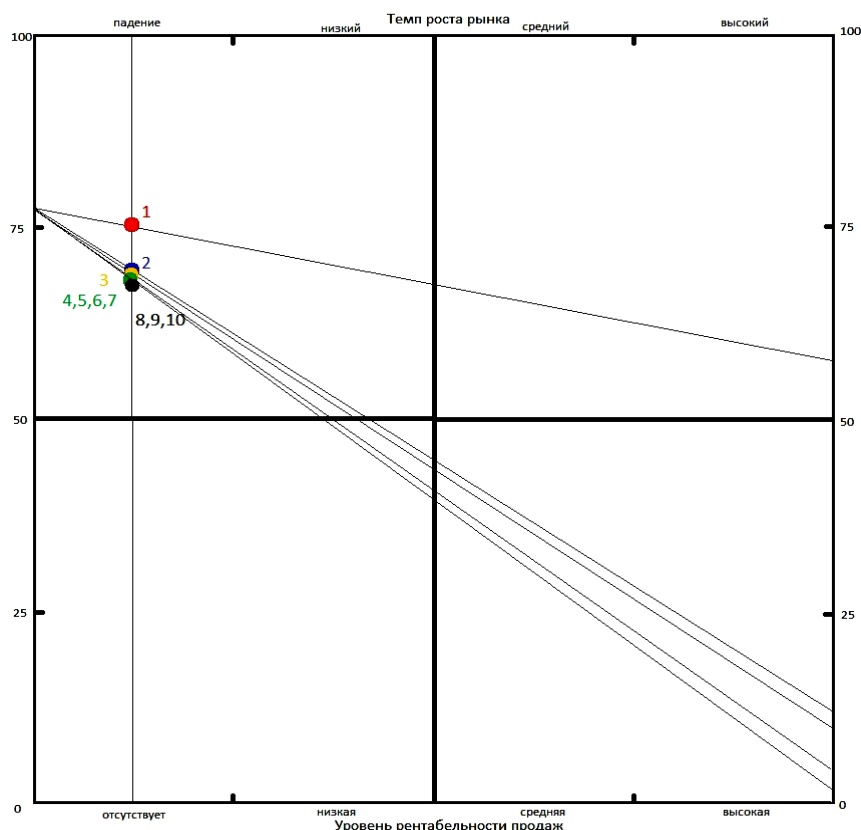


Рисунок 2. Позиционирование предприятий

На 2015 год большинство предприятий, относящихся к туристической индустрии, находились в состоянии упадка. Причем компании занимают достаточно прочную позицию в этой зоне, обусловленную в основном такими факторами, как высокая концентрация 3 ведущих фирм и отрицательные темпы роста рынка.

В целом состояние анализируемого рынка можно определить как состояние упадка, поскольку данная отрасль в России переживает кризисную ситуацию.

Список использованных источников

1. Sutton J. Sunk Costs and Market Structure, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 1991. 577 p.
2. Авдашева С. Б. Конкуренция и развитие структуры российских рынков: 1992-2005
3. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. Учебник. - М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1998. - 320 с.
4. Информационное агентство России ТАСС

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА
НА ЮГЕ РОССИИ**

Карabanова И.В.

Ростовский торгово-экономический колледж

**PERSPECTIVE OF DOMESTIC TOURISM'S DEVELOPMENT IN THE SOUTHERN
RUSSIA**

Karabanova I.V.

Rostov Trade and Economic College

Аннотация: Показано состояние внутреннего туризма субъекта Юга России. Дан анализ перспектив и проблем развития туризма в этом регионе.

Abstract: The state of the domestic tourism in the Southern Russia's regions was analyzed. The perspective and issues of tourism's development in region was analyzed.

Ключевые слова: регионы Юга России, Национальный туристский рейтинг, туристский потенциал, курорты Северного Кавказа.

Key words: Southern Russia's regions, National tourism rating, tourist potential, Northern Caucasus' resorts.

Согласно оценкам экспертов Всемирного экономического форума, в Швейцарии Россия по природно-рекреационному и культурно-историческому потенциалу входит в первую десятку среди 140 стран мира, а по конкурентоспособности занимает 63-е место [5]. Это свидетельствует о том, что, имея огромный потенциал, Россия не имеет механизмов конвертировать его в ликвидный конкурентоспособный турпродукт.

В связи с геополитической ситуацией, 2014 год оказался переломным для российского туризма – за успешно организованной Олимпиадой в Сочи последовало возвращение Крыма в состав Российской Федерации. Эти события в конечном итоге повлекли за собой переоценку туристско-рекреационных ресурсов России. Процессы импортозамещения и ослабление позиций рубля на мировом валютном рынке позволили многим россиянам и иностранным туристам по-новому взглянуть на колоссальный потенциал отдыха в пределах российской территории. В 2015 году в РФ на внутренние направления переориентировались более 80% крупных туроператоров. По мнению главы Ростуризма Олега Сафонова, число туристов, выбирающих отечественные курорты, в 2016 году может вырасти на 3-5 млн. человек.

Каждый регион России уникален в туристическом плане. Однако, для того, чтобы по-настоящему эффективно реализовать туристический потенциал в отдельно взятом регионе, нужно сделать оценку возможностей, чтобы иметь четкое представление о наиболее перспективных ресурсах. В связи с этим Центр информационных коммуникаций «Рейтинг» совместно с журналом «Отдых в России» провели исследование, посвященное туристической привлекательности регионов РФ и их инвестиционному потенциалу [3].

Для проведения исследования были выбраны следующие девять критериев:

- Уровень развития туристического бизнеса (на душу населения: общее число мест в гостиницах; число жителей, занятых в сфере туризма);
- Оборот туристических услуг (количество рублей, заработанных в сфере туризма – на каждого жителя региона);
- Популярность региона у россиян (по количеству ночевки в гостиницах);
- Популярность региона у иностранцев (по количеству ночевки в гостиницах);

- Туристическая уникальность (рейтинг достопримечательностей и курортов – по данным ЮНЕСКО, материалам СМИ и экспертным оценкам);
- Экологическое состояние региона;
- Криминогенная ситуация (количество преступлений на тысячу жителей);
- Развитость транспортной и социальной инфраструктуры, обеспеченность объектами культуры;
- Популярность региона как туристического бренда в интернете (количество запросов в поисковых системах; количество публикаций на русском и английском языках).

По результатам исследования было выделено три группы туристских регионов.

Группа лидеров включала в себя 16 регионов, набравших более 50 баллов, в том числе три южно-российских субъекта федерации. Анализ диаграммы на рисунке 1 показывает, что абсолютным лидером всероссийского рейтинга является Краснодарский край (70,9 балла).

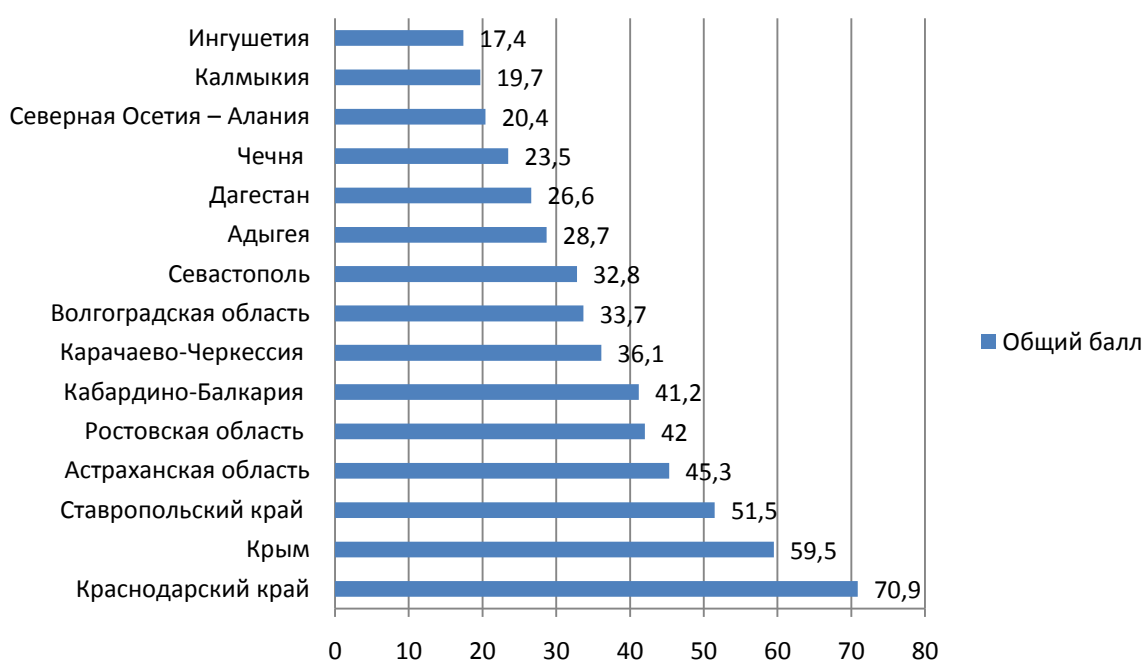


Рис. 1. Общий балл субъектов Юга России в Национальном туристическом рейтинге (составлено автором по данным [1], 2016)

Санаторно-курортная и туристская отрасль является одной из приоритетных в экономике Краснодарского края и включает 3,3 тысячи организаций санаторно-курортного, оздоровительного и гостиничного комплекса общей коечной емкостью 357 тысяч койко-мест.

Санаторно-курортный сервис предлагают 186 санаториев и пансионатов с лечением Кубани, которые ежегодно разрабатывают и внедряют новые современные программы, обновляют используемое оборудование. Все это позволяет утверждать, что санаторно-курортный комплекс Краснодарского края – один из ведущих в России [1].

Курорты Краснодарского края предлагают обширную развлекательную программу: экскурсионные маршруты, культурно-познавательные, этнографические, спортивно-развлекательные комплексы, яхтинг, дайвинг, винд- и кайтсерфинг, конные прогулки, аквапарки, ночные клубы, многодневные и однодневные туристские маршруты в горы, рафтинг.

В 2015 году в Краснодарском крае было разработано 7 новых туристских маршрутов, в том числе: в Апшеронском районе – 2, в Мостовском районе – 4 и один веломаршрут в Горячем Ключе.

Набирает популярность сельский туризм – отдых в сельской местности с возможностью принять участие в традиционном крестьянском труде.

В 2014 году курорты Краснодарского края посетило 13,8 млн. человек, что на 16,5% больше, чем в 2013 году. Значительный прирост туристов произошел в организованном секторе – в коллективных средствах размещения было размещено 4,4 млн. человек. За последние 5 лет количество отдыхающих возросло на 29,7%.

Доходы санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края в 2014 году составили 87,6 млрд. рублей. Налоговые поступления в краевой консолидированный бюджет от предприятий санаторно-курортного и туристского комплекса в 2014 г. составили 5,6 млрд. руб. За последние пять лет налоговые поступления увеличились на 40%.

Высокие позиции имеют Республика Крым (59,5 балла) и Ставропольского края (51,5 балла). Исследователи отмечают, что это состоявшиеся туристические территории и развитие туризма в них имеет приоритетное направление.

По сравнению с 2014 годом туристические компании Крыма в 2015 году увеличили свои обороты на 30-50%, а по доходам даже на 50-70%. Пассажиропоток в республику в сезоне 2016 года составляет около 4 млн. человек, из них только туристов приехало 2 млн. человек.

Динамичному развитию туризма на полуострове Крым мешает ряд проблем:

- неразвитость транспортной инфраструктуры;
- отсутствие у санаторно-курортных учреждений российских лицензий и сертификатов;
- устаревшая материально-техническая база санаториев;
- не до конца решенный вопрос с государственной собственностью санаториев и детских лагерей (140 таких объектов в Крыму);
- нехватка кадров индустрии гостеприимства, в основном обслуживающего персонала в сезон.

Выявлено, что по популярности в Сети наиболее силен туристический бренд Крыма, которому прогнозируется повышение рейтинговых позиций в ближайшее время.

Для увеличения количества отдыхающих в Крым следует продлить традиционный сезон приема гостей (с середины июня по конец сентября) по времени. В межсезонье очень популярно санаторное лечение. Например, для астматиков самый хороший период март-апрель. В осенне-весенний период стоимость проживания с лечением и питанием в санатории стоит от 950 руб. в сутки, что вполне доступно пенсионерам и другим участникам социального туризма.

Туристский поток в Ставропольский край на протяжении уже более 10 лет характеризуется тенденцией к росту. За 2015 год он составил 906,3 тыс. человек и увеличился на 4,5% в сравнении с 2014 годом.

Санатории региона Кавказских Минеральных Вод по набору услуг, входящих в стоимость санаторно-курортной путевки, выгодно отличаются от аналогичных зарубежных курортов (Карловы Вары, Баден-Баден и др.). Стоимость курса санаторно-курортного лечения в Европе в среднем составляет 80-90 евро на человека в сутки. При этом набор лечебных процедур, входящих в стоимость нашей путевки, значительно больше, чем на европейских курортах. Таким образом, за рубежом предлагают аналогичный или уступающий по своим лечебным свойствам отдых, чем на Кавказских Минеральных Водах, но по более высокой стоимости. Например, при 15 днях размещения он обходится туристу в 1350 евро, что в 2 раза дороже, чем отдых на курортах края.

Помимо лечебно-оздоровительного туризма в крае активно развивается культурно-исторический, событийный, охотничье-рыболовный, экстремально-спортивный и деловой

туризм. Имеется потенциал для развития экологического, этнографического, сельского, археологического и паломнического туризма.

Большую часть российских регионов (49) составители рейтинга включили во вторую группу, участники которой набрали от 30 до 50 баллов. Сюда вошли 6 субъектов Юга России: области (Астраханская, 45,3; Ростовская, 42; Волгоградская, 33,7) республики (Кабардино-Балкария, 41,2; Карачаево-Черкесия, 36,1), и город федерального значения Севастополь (32,8). Несмотря на колоссальный туристский потенциал этих дестинаций, отмечается недостаточно развитая инфраструктура, а иногда и непростая криминогенная ситуация.

В третью группу рейтинга были отнесены 20 регионов, набравших менее 30 баллов. В этих местах только начинают работать над развитием туристического потенциала и здесь пока отсутствует ориентации на потребителя туристических услуг. Кроме того, регионы третьей группы являются депрессивными: для них характерны невысокий уровень жизни, низкие доходы населения, слабо развитая инфраструктура.

На Юге в эту группу вошли республики Северного Кавказа (Адыгея, 28,7; Дагестан, 26,6; Чечня 26,6; Северная Осетия-Алания, 20,4, Ингушетия, 17,4) и Калмыкия (19,7). Сегодня Дагестан и Ингушетия, например, активно взялись за восстановление туризма. Для этого здесь есть все предпосылки – девственная природа, великолепные горные пейзажи, культурные ценности, гастрономический потенциал, возможности для экологического, приключенческого, этнографического туризма. Но развивать его придется практически с нуля. А главное, вместе с инфраструктурой необходимо восстанавливать репутацию безопасного региона, на что тоже потребуются годы [2].

Согласно опросу ВЦИОМ, две трети россиян поддерживают инициативу властей по развитию внутреннего туризма. Туристская отрасль в России находится на подъеме [4]. Пропорционально снижению выездного турпотока растет интерес к путешествиям внутри страны. Национальный туристский рейтинг дает возможность профессионалам турбизнеса и самостоятельным путешественникам получать достоверную информацию о туристской привлекательности различных регионов России.

В качестве основных претендентов на замену зарубежным турам можно рассматривать курорты Краснодарского края и республик Северного Кавказа. Переломным моментом для популяризации туризма на Северном Кавказе стали Зимние Олимпийские игры в Сочи. Игры привлекли внимание ко всему Северному Кавказу – и по растущему с каждым годом потоку туристов на курорты «Лаго-Наки», «Архыз» и «Эльбрус» можно сделать вывод об их большом потенциале с точки зрения импортозамещения в туризме.

Так, например, зимой 2013-2014 гг. на курорте «Архыз» побывало 35 тыс. гостей. В следующем зимнем сезоне – уже 100 тыс. посетителей, а зимой 2015-2016 гг. было принято уже 150 тысяч человек. В Приэльбрусье в зимнем сезоне 2014-2015 гг. было продано 140 тысяч ски-пассов – это больше, чем за весь 2013 год, когда на курорт приехало 135 тыс. гостей.

Среди значимых проектов для развития отрасли на Северном Кавказе следует отметить динамичное развитие туристического кластера в СКФО, Краснодарском крае и Республике Адыгея под управлением АО «Курорты Северного Кавказа» (АО «КСК»). Этот кластер стал настоящим локомотивом для всего регионального туризма: несмотря на то, что наиболее активная работа сейчас идет по трем площадкам первого этапа – «Архыз» в Карачаево-Черкесии, «Эльбрус» в Кабардино-Балкарии и «Ведучи» в Чечне. Перспективную динамику развития демонстрирует и действующий курорт «Армхи» в Ингушетии.

Только в 2015 г. инвестировало 1 млрд. рублей в развитие Приэльбрусья и порядка 3,5 млрд. рублей в инфраструктуру ВТРК «Архыз». Эти средства идут на строительство канатных дорог, проектирование и прокладку горнолыжных трасс, обустройство и эксплуатацию сервисных объектов (кассы, пункты проката).

Туризм для регионов Северного Кавказа уже более полувека является традиционным видом занятости для местного населения – недаром кавказского гостеприимство стало легендарным брендом. При этом, учитывая, что в постсоветский период долгое время комплексного развития отрасли не происходило, к настоящему моменту накопился ряд проблемных моментов.

Речь идет о необходимости модернизации туристической и транспортной инфраструктуры, создании привлекательных туристических продуктов и их системном продвижении, а также повышении привлекательности трудоустройства в туризме и, как следствие, доведении уровня сервиса до высоких мировых стандартов.

Туризм на Северном Кавказе сегодня находится только на стартовой точке своего развития, и уже через 5-10 лет туристический поток в регион вырастет в разы: по прогнозам до 3,5 млн. человек ежегодно в 2025 году.

Таким образом, в качестве основных претендентов на замену зарубежным турам можно рассматривать курорты Северного Кавказа. У других субъектов Юга России также существуют благоприятные возможности для развития внутреннего туризма, что требует создания качественной инфраструктуры, разработки новых маршрутов и программ продвижения туров на внутреннем рынке.

Список использованных источников

1. Карабанова, И.В. Состояние и перспективы развития рекреационного сервиса Российского Причерноморья. [Текст] / И.В. Карабанова // Менеджмент в сервисе региона: состояние, проблемы, эффективность, инновации: материалы всероссийской научно-практической конференции, 12 ноября 2012 г. – Санкт-Петербург – Киров: Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики, Кировский филиал, 2013- 367 – С.229-238.

2. Карабанова, И.В. Межрегиональное сотрудничество в развитии туристско-рекреационного комплекса Юга России / И.В. Карабанова, У.Л. Асланов, Е.В. Жданов // Проблемы туризмоведения: сб. материалов IV международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. /отв. ред. проф. О.В. Ивлиева; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Изд-во Южного федерального университета, 2015. – 490 с.- С. 25-28.

3. Национальный Туристический Рейтинг (№1) // Декабрь 07, 2015 [Электронный ресурс]: URL: <http://russia-rating.ru>.

4. Развитие внутреннего туризма. //Январь 25, 2016. [Электронный ресурс]: URL:<http://tass.ru/obschestvo/2504688>.

5. Швейцарский Давос принимает ВЭФ-2016. //Январь 20, 2016. [Электронный ресурс]: URL: <http://business-swiss.ch/2016/01/davos-ve-f-2016>.

НЕОПРАВДААННЫЕ ОЖИДАНИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Перфильева Е.В.

Российский государственный университет туризма и сервиса

Олейник А.С.

Российский государственный университет туризма и сервиса

UNJUSTIFIED EXPECTATIONS OF DOMESTIC TOURISM

Perfilieva E.V.

Russian State University of Tourism and Service

Oleinik A.S.

Russian State University of Tourism and Service

Аннотация: Рассматриваются факторы, повлиявшие на состояние туристский рынка Республики Крым. В первую очередь, в статье делается акцент на то, что как курорты полуострова, как и другие курорты России, не оправдали ожиданий высокого (летнего) сезона 2016. Статья представляет сравнительную характеристику курортов Крыма с другими российскими курортами, а также курортами Турции. В данной работе проводится анализ сильных и слабых сторон туризма в Крыму. На основе данной информации сделан прогноз развития территории.

Abstract: he factors that affected the condition of the tourist market of the Republic of Crimea. First of all, the article focuses on the fact that as the resorts of the peninsula, as well as other resorts in Russia, fell short of expectations high (summer) season 2016. The article presents a comparative description of the Crimean resorts from other Russian resort, as well as the resorts of Turkey. In this study, carried out the analysis of strong and weak sides of tourism in Crimea. On the basis of this information is made forecast of development of the territory.

Ключевые слова: курорты Крыма, Краснодарский край, Турция, туристическая сфера, сервисное обслуживание, транспортная доступность, квалификация, внутренний туризм, туристический рынок.

Keywords: resorts of the Crimea, Krasnodar Region, Turkey, tourism sector, customer service, accessibility, professionalism, domestic tourism, tourist market.

Проблема некачественного сервисного обслуживания на данный момент является одним из главных препятствий развития туризма в России. Туристские организации России делали основную ставку в период летнего сезона на Крым в ожидании роста внутреннего туризма, однако ожидания не оправдались.

Целью исследования стал анализ основных причин ослабления позиций на туристском рынке Крыма.

По статистике туристических компаний внимание туристов к полуострову Крым значительно возросло. Способствовали этому хорошая PR-компания, проведенная туристическими организациями, а также рекомендации высших органов государственной власти, ориентирующие на посещение внутренних курортов России, в особенности Крыма. Существенно повлияло на рост турпотоков присоединение полуострова к России. В следствие, многие жители РФ поехали на полуостров с чувствами патриотизма и ностальгии.

Однако туристское использование Крыма имеет и негативные стороны.

Во-первых, плохая и сравнительно дорогая транспортная доступность (стоимость авиабилета по данным сайта Aviasales от 7500 рублей до 9000 рублей в одну сторону в высокий сезон). Во-вторых, напряженная обстановка на русско-украинской границе. Одним из важнейших отрицательных факторов, отражающимся в отрицательных отзывах туристов стало несоответствие цены качеству оказанных услуг [3].

Согласно portalу Top Hotels, самым лучшим отелем в Крыму по отзывам туристов стал MriyaResort&Spa 5*: рейтинг за два года составил 4,58, размещение – 4,81, сервис – 4,39 питание – 4,53. Примером одного из отзывов на отель стал:

«Часто путешествую, побывал во многих городах России, останавливался в разных отелях, могу сказать, что отель Мрия один из самых лучших в России. Персонал позитивный, помогает, показывает, рассказывает, ребята работают четко и слаженно. Номера чистые, все необходимое есть. По питанию тоже все в норме, еды хватает, меня все устроило. Есть медицинский центр, но его я не посещал, не хватило времени, но слышал хорошие отзывы о нем. Тренажерный зал отличный, с красивым видом, было приятно заниматься. Был в спа центре, ходил на массажные процедуры, мне понравилось, чувствовал себя великолепно. Хочу отметить, что в отеле есть конференц-залы, прогулялся по ним, внутри не был, но возможности большие. На самом деле был поражен, что в России, в Крыму есть отель такого формата ... С удовольствием вернусь еще раз» [2].

Прямыми конкурентами Крыма выступают курорты Краснодарского края [4]. Сочи занимает 24 место в рейтинге портала TOP Hotels, Анапа – 37 место, для сравнения, Ялта – главный курорт Крыма, занимает 27 место в списке.

Следует отметить, что транспортная доступность Краснодарского края лучше: включает в себя автомобильное, железнодорожное и авиационное сообщение, а также географически Краснодарский край расположен намного ближе к основной части страны, нежели Крым.

«В сезоне 2016 года лидером по динамике роста туристского потока и загрузке гостиничного сектора является Сочи», – считает директор НИИ индустрии гостеприимства Российского экономического университета им. Плеханова Елена Джанджугазова. «По предварительным данным рост турпотока в Большом Сочи составил около 34%. Крымские курорты взяли хороший старт, но к концу сезона потеряли темп из-за неоправданно высоких цен на услуги при, мягко говоря, их очень скромном качестве» [1].

Так же хочется отметить такой курорт, как Анапа. Несколько лет назад, он являлся одним из самых популярных курортов России, но в этом году из-за переполненности туристами, пляжи оказались загрязненными, система бронирования отелей достаточно часто давала сбой, и сервисное обслуживание было не на должном уровне. Курорт не был готов к такому огромному потоку.

По данным НИС, в 2016 году проживание в Крыму оказалось дороже, чем в Сочи. Средняя продолжительность пребывания российских туристов в Сочи составляет 8–9 дней. Летом 2016 года семья с ребенком за это время платила 80 тыс. руб. за номер в трехзвездочном отеле с трехразовым питанием. В Крыму туристы остаются несколько дольше – среднее время отдыха на полуострове составляет 8–15 дней. Эксперты НИС пересчитали стоимость отдыха в Крыму на те же девять дней. Оказалось, что стоимость крымского отдыха при сопоставимых с Кавказом параметрах может быть на 13% больше и достигать почти 91 тыс. руб.

Традиционно серьезную конкуренцию российским курортам составляет Турция. По статистике туристического портала Top Hotels курорты Турции (Кемер, Аланья, Сиде) занимают первые места. Закрытие Турции для въезда граждан РФ повлекло за собой увеличение турпотока на юг России. Однако многие туристы дожидались открытия Турции, так как считали лучшего отдыха и соотношения «цена-качество» им не найти. Вследствие ожидаемого открытия Турции резко снизился поток туристов на Юге России, в особенности в Крыму. Даже несмотря на террористические угрозы, многие предпочли отдыхать в Турции, чем уезжать на Юг России.

На данный момент нестабильная экономическая и политическая ситуация в мире не дает возможность точно прогнозировать какое-либо событие или явление. Но, опираясь на имеющиеся исходные показатели можно сделать предположение о последующем

увеличения числа граждан, путешествующих на Крымский полуостров. Прежде всего, это будет обусловлено строительством моста, улучшающего транспортную доступность полуострова, а также обновлением туристской инфраструктуры и работой над повышением квалификации кадров.

Список использованных источников

1. Крым проиграл конкуренцию Сочи. URL: http://www.ng.ru/economics/2016-09-16/4_sochi.html (дата обращения: 18.09.2016).
2. Мрия Резорт & Спа (Mriya Resort & Spa) 5*. URL: <http://www.tophotels.ru/main/viewrate/?id=1420471> (дата обращения: 18.09.2016).
3. Основы туризма / под ред. Е.Л. Писаревского. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 384 с.
4. Саранча М. А. Методика исследования и состояние туристской маршрутной сети России // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. М. 2015. Том 9. 2. С. 23-27.

УДК 338.48(470)(045)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В РФ

Саранча М.А.

Российский государственный университет туризма и сервиса

Кузнецова Н.А.

Удмуртский государственный университет

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF TOURIST CLUSTER IN RUSSIA

Sarancha M.A.

Russian State University of Tourism and Service

Kuznetsova N.A.

Udmurt State University

Аннотация: Данная статья посвящена анализу теоретических основ кластера, а также ознакомлению с технологией формирования кластера. В ней рассмотрены проблемы и перспективы развития туристских кластеров в Российской Федерации, необходимость их формирования в различных регионах страны.

Abstract: This article analyzes the theoretical foundations of the cluster, as well as familiarization with the formation of the cluster technology. It examines the problems and prospects of development of tourist cluster in the Russian Federation, the need for their formation in different regions of the country.

Ключевые слова: Туристский кластер, туристская отрасль, региональный туризм, кластерный подход, индустрия туризма, российские кластеры.

Key words: Tourism cluster, tourism industry, regional tourism, the cluster approach, the tourism industry, the Russian clusters.

В период обострения мировых проблем идет активный поиск решений, которые позволили бы бизнесу продолжать развитие долгосрочных проектов. Государство в условиях глобального кризиса вынуждено концентрировать свои усилия на изыскании новых эффективных подходов к поддержке национального производителя на международных рынках, в том числе и в туризме [2].

В настоящее время в экономических исследованиях регионального туризма достаточно бурно развивается так называемый кластерный подход. Необходимость поддержания и развития туристских кластеров отмечается практически во всех документах стратегического развития туристской сферы, активно разрабатываемых как на национальном, так и на региональном уровне управления. В этой связи проблемы выявления туристских кластеров, оценки и воздействия на экономику региона, а также управления развитием кластерных образований в сфере туризма приобретают все большую актуальность [4].

Данный доклад посвящен анализу теоретических основ кластера, а также ознакомлению с технологией формирования кластера.

Научными изысканиями в области кластеров занимались многие выдающиеся ученые. Авторы в зависимости от контекста исследования по-разному трактуют определение понятия кластера. Основоположителем кластерного подхода в экономике признан Майкл Портер, который определяет кластер как «группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [5].

В концепции М.Портера акцент сделан на связях внутри кластера между его участниками – основными компаниями-производителями, вспомогательными (сопутствующими) производствами, а также разными институтами, такими как университеты, исследовательские организации и государственные структуры. Кластер – значительно более сложное явление, чем простое объединение фирм для совместной маркетинговой деятельности или проведения согласованной политики закупок. Он предполагает более глубокую их технологическую кооперацию на основе участия в системах накопления стоимости. При этом фирмы не только включаются в процесс кооперирования, но, что очень важно, продолжают конкурировать друг с другом избирательно в отдельных областях.

Такое конкурентное соседство является движущей силой постоянных продуктового и технологического обновлений, направленных на рост производительности всех факторов, и обеспечивает быстрое распространение новшеств.

Индустрия туризма имеет ряд особенностей, присущих кластерному подходу в развитии сферы отдыха и путешествий. Индустрию туризма отличает широта межотраслевых связей, фрагментная структура, что дает некоторым исследователям основание ставить под сомнение правомерность отнесения туризма к отраслям экономики, преобладание малого и среднего бизнеса, нематериальный характер туристского продукта, неодинаковое его восприятие производителями и потребителями и др. Все это обуславливает особую важность появления и развития туристских кластеров. Они помогают каждому их участнику осознать себя частью целого.

Туристские кластеры представляют собой глобальное явление. Они присущи в первую очередь развитым странам, но также наличествуют в развивающихся странах с переходной экономикой [1].

Одним из первых ученых, попытавшихся применить концепцию промышленного кластера к сфере туризма, был Майкл Монфорд. Концепция туристского кластера по М. Монфорду, включает в себя следующие аспекты:

- услуги, предоставляющиеся туристскими предприятиями или бизнесом (предприятия размещения, рестораны, кафе, туристические агентства, аквапарки и тематические парки и т.д.);
- богатство (наслаждение), полученное в результате отпуска и отдыха;
- многоплановое сотрудничество взаимосвязанных компаний и отраслей;
- развитая инфраструктура транспорта и связи;
- дополняющая деятельность (коммерческие ассигнования, традиции отдыха);
- поддерживающие сервисы (информация);

- природные ресурсы и институциональная политика.

Кластерный характер взаимодействия предпринимательских структур способствует росту их деловой активности, создает условия для более интенсивного развития предпринимательства. В связи с этим представляется актуальным целенаправленное формирование кластеров в рекреационной системе [7].

В настоящее время туризм является одной из наиболее стремительно развивающихся отраслей сферы услуг. Выступая в качестве одного из эффективных катализаторов социально-экономического развития, индустрия туризма оказывает стимулирующее влияние практически на все смежные отрасли экономики.

Мировой опыт сегодня свидетельствует, что с помощью туризма можно:

- преодолеть неравномерность развития отдельных территорий региона;
- оживить региональную экономику за счет привлечения инвестиций;
- улучшить инфраструктуру;
- обеспечить занятость населения;
- поддержать предпринимательство и местную промышленность;
- улучшить экологическую обстановку за счет дополнительного финансирования природоохранных программ.

В настоящее время в России идет процесс формирования ряда региональных и локальных туристских кластеров. Этот процесс ускорился в связи с принятием в 2006 г. поправок к Федеральному закону «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» и выделением особых экономических зон туристско-рекреационного типа. По существу, складывающаяся в рамках этих зон система взаимосвязанных фирм, организации и учреждений в сфере путешествий и отдыха населения можно рассматривать как зарождающийся региональный туристский кластер [1].

Российская Федерация и ее регионы имеют огромный потенциал для развития туризма, однако неадекватное использование своих туристических ресурсов и возможностей, в том числе наличие туристических объектов, которые остаются невостребованными из-за неразвитой инфраструктуры и некомпетентного управления, создают препятствия для эффективного функционирования отрасли [8].

Цель создания туристического кластера – повысить уровень экономической устойчивости региона, развить инфраструктуру за счет повышения эффективности работы предприятий и организаций, входящих в туристический кластер, стимулирования инноваций развития новых направлений туристического бизнеса.

Современный туристский кластер способен решить ряд важных задач, среди которых:

- рациональное использование имеющегося природного потенциала региона;
- приоритетное развитие внутреннего и въездного туризма на территории;
- создание и развитие высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса на территории региона;
- демонстрация исторического, культурного и духовного наследия народов России;
- формирование системы государственного регулирования туристской деятельности;
- поддержка развития различных видов предпринимательства (среднего и малого) в туристской сфере;
- разработка маркетинговой стратегии продвижения туристических продуктов и создание благоприятного имиджа региона как туристического;
- привлечение внебюджетных источников для реконструкции и нового строительства туристских объектов;
- создание современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров;
- создание инвестиционных площадок для реализации механизмов государственно-частного партнерства и развития малого и среднего туристского бизнеса.

Общую направленность целей кластерной организации туристического хозяйства обуславливают принципы туристического кластера. Для туристического кластера определены следующие основополагающие принципы:

- 1) взаимопонимание и готовность к сотрудничеству всех участников процесса;
- 2) равноправие и паритетность всех участников конструктивного диалога;
- 3) добровольность выбора форм сотрудничества;
- 4) взаимное информирование и выполнение принятых на себя обязательств согласно хозяйственным договорам, заключаемым непосредственно между участниками кластера.

Построение кластера должно основываться на добровольных принципах, никто не вправе принуждать другого к каким-либо действиям или обманывать, распространяя заведомо ложную информацию [9].

Достижение успеха при развитии туристического кластера является совместной задачей бизнеса и органов власти соответствующего уровня (Федеральной, региональной и муниципальной – в зависимости от масштаба кластера и существующих задач по его развитию); только взаимопонимание и готовность к сотрудничеству между ними гарантирует получение положительных результатов.

Важнейшим элементом кластерного принципа развития региона является установление постоянного диалога всех участников процесса – малых и крупных предприятий, соответствующих властных структур, сервисных и научно-исследовательских организаций, системы профессионального образования, средств массовой информации и др.

Чтобы кластер состоялся как жизнеспособная, самодостаточная, успешная и эффективная организация, по мнению профессора Михаила Петровича Войнаренко (д.э.н., СПб), необходимо пять условий – «5И»:

- инициатива – инициативные и влиятельные люди из числа предпринимателей, представителей власти, общественных организаций, учебных заведений, способные своим авторитетом, умом, организаторскими способностями и знаниями сплотить, заинтересовать и на деле доказать полезность кластеров как для самих их членов, так и для региона;
- инновации – новые технологии в организации производства, сбыта, управления, финансирования, способные открыть новые возможности в конкурентной борьбе;
- информация – доступность, открытость, обмен знаниями, создание баз данных и веб-страниц, позволяющих получать преимущества в доступе к рынкам снабжения предметами труда, сбыта продукции, квалифицированной рабочей силы и т.п.;
- интеграция – предусматривает использование новых технологий сотрудничества фирм на отраслевом и территориальном уровнях при поддержке науки и органов власти;
- интерес – обеспечивает основное условие жизнедеятельности предпринимателей или общественной структуры, которое обязательно предполагает наличие заинтересованности участников кластерных объединений и получение ими экономической выгоды [10].

Преимущества кластерного подхода для органов власти состоят в том, что он позволяет комплексно, системным образом рассматривать ситуацию в группе взаимосвязанных предприятий, относящихся к туристической сфере экономики региона. Кроме того, кластерный подход позволяет использовать в качестве «стержня» стратегии развития кластера инициативы, выдвинутые и реализуемые лидерами бизнеса, которые, таким образом, гарантированно будут успешно реализованы.

В нашей стране основы кластерной политики на национальном уровне заложены в Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 г. [11].

В настоящее время в регионах России начался процесс формирования туристских кластеров. Положительным моментом является институциональное подкрепление кластерной политики на уровне региона. На современном этапе на всей территории Российской Федерации действует и развивается около 100 кластеров. Считается, что

именно кластеры помогут снять экономику России с «сырьевой» иглы и вывести на новый, инновационный виток развития, поднять производительность труда и дать толчок появлению новых полюсов конкурентоспособности [3].

На стадии внедрения находятся следующие новые туристические кластеры:

- В Карелии создают три туристических кластера – «Заонежский», «Ладожский» и «Поморский» - для популяризации красивейших мест республики. Первым, пилотным станет кластер «Заонежский. Этот кластер позволит сделать открытым для массового круглогодичного посещения музей-заповедник «Киж».

Примерами территорий, которые обладают ресурсами и возможностями для формирования и развития туристских кластеров, являются: культурно-исторические центры Центральной части России (Москва, Санкт-Петербург, Золотое кольцо России), рекреационные зоны на побережьях Черного моря (курорты Краснодарского края) и озеро Байкал; а также территория регионов Западной Сибири (Новосибирская, Кемеровская, Томская области, Алтайский край, республика Алтай) [12].

В 2015 году запущен кластер «Камский берег» – это первый туристический кластер, сформированный на территории Удмуртии. Он объединяет несколько районов, расположенных вдоль Камы: Сарапульский, Воткинский, Каракулинский, а также город Сарапул. Проект предусматривает новое строительство культурно-развлекательных и оздоровительных учреждений, а также реконструкцию инфраструктурных объектов в Сарапуле. Первый этап реализации проекта рассчитан на 2015-2017 годы. Но помимо этого кластера в Удмуртии планируется реализовать еще два кластера – это «Калашников» и «Чайковский». Это два узнаваемых бренда [13].

Следующим этапом исследования в рамках магистерской работы будет изучение опыта создания и развития туристских кластеров на зарубежных и российских примерах.

Список использованных источников

1. Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Экономические проблемы развития сервиса и туризма. 2007. №1.
2. Захаров А.Н., Игнатьев А.А. Развитие государственно-частного партнерства в российском туризме // Вестник МГИМО-университета. 2011. №3(18).
3. Егорова Е.С. Анализ процесса кластеризации и взаимодействия предприятий кластеров в России // Электронный научный журнал. 2014.
4. Квартальнов В.А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2002.
5. Кострюкова О.Н., Карпова Е.Г. Методы идентификации туристских кластеров в системе регионального туризма // Проблемы современной экономики. 2001. №4 (40).
6. Шепелев И.Г., Маркова Ю.А. Туристско-рекреационные кластеры – механизм инновационного совершенствования системы стратегического управления развитием регионов // Современные исследования социальных проблем. 2012. №3 (11).
7. Nordin S. Tourism Clustering and Innovation: Path to Economic Growth and Development [Электронный ресурс]. URL: http://ekstranett.innovasjon Norge.no/Arena_fs/tourism-clustering-and-inno_etour0104.pdf
8. Маршалл А. Принципы экономической науки. М.: Прогресс, 2003.
9. Недосвитий Н.В. Формирование стратегического развития туристической отрасли в регионе на основе кластерного подхода. Чебоксары: ФГОУ ВПО «Чебоксарский государственный университет им. И.Н.Ульянова», 2010.
10. Войнаренко М.П. Кластерные модели объединения предприятий в Украине // Экономическое возрождение России. 2007. №4 (14).
11. Кластерная стратегия: от теории к практике [Электронный ресурс]. URL: <http://www.economy.samregion.ru/press-center/off-vistupleniya/17947>.
12. <http://cluster.hse.ru/> - официальный сайт «Российской кластерной обсерватории».
13. <http://svdelo.ru/zhurnal/investicii-na-mestnosti> - электронный журнал «Свое дело».

REGIONAL TOURIST CLUSTER: MANAGEMENT PROBLEMS

Cherevichko T.V.

Saratov State University

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы управления и координации деятельности предприятий, входящих в региональный туристский кластер.

Abstract: The article deals with the problems of management and coordination activities of the enterprises included in the regional tourist cluster.

Ключевые слова: туризм, туристский кластер, региональный туризм, управление.

Key words: tourism, tourists cluster, regional tourism, management.

Туризм XXI века оказывает значимое влияние на глобальный мир и экономику стран и регионов. Туристский поток составляет около 630 млн. поездок.

Эффективность производства туристских продуктов, доведение их до потребителя в свою очередь во многом зависит от эффективного использования ресурсных возможностей национальной и региональной экономики. Туристская индустрия характеризуется высоким уровнем взаимозависимости ее субъектов. Иначе говоря, успешный процесс создания и реализации турпродукта является результатом деятельности предприятий разных отраслей, как на национальном, так и на региональном уровнях.

Сегодня как российская, так и зарубежная туристская индустрия переживает кризисные явления, несмотря на статистические показатели роста туристского потока. Так, в 2013 году выездной поток из России составил 18.3 млн. поездок. В конце 2014 г. продажи по большинству направлений упали более чем на 40% по сравнению с 2013 г. В 2015 г. падение продолжилось. На фоне снижения выездного туризма отмечается рост внутреннего. В 2014 г. по России путешествовало 41,5 млн. человек. По сравнению с 2013 г. рост значителен, более 30% [1, с.48].

Приоритетным направлением стимулирования развития внутреннего туризма, в современных условиях, является создание сети туристских кластеров в регионах России.

«Развитие кластерной системы, – отмечает А.Г. Зельднер, – предполагает модернизацию реального сектора экономики и повышение его конкурентоспособности на разных уровнях. Именно при таком подходе кластеры становятся приоритетными точками экономического роста» [2, с.12].

Кластерные модели в последние годы стали одним из основных направлений государственной политики по повышению национальной и региональной конкурентоспособности в туристской сфере.

В настоящее время в России сложилось две модели кластообразования в туризме. Первая модель – инфраструктурная, реализуется Федеральным агентством по туризму в рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Согласно этому подходу, под кластером понимается укрупненный инвестиционный проект, включающий ряд функционально, организационно и финансово взаимосвязанных проектов по отдельным объектам капитального строительства в туристской сфере.

Вторая модель, синергетическая – реализуется Министерством экономики России через региональные Центры кластерного развития в рамках поддержки малого и среднего

предпринимательства. Согласно этой модели, региональным туристским кластером считается сосредоточение и взаимодействие предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и реализацией туристского продукта, а также деятельность. Смежной с туризмом и рекреационными услугами [2, с.49].

Формирование туристского регионального кластера предполагает интеграцию предприятий региона в единое целое, и комплексное решение проблемы занятости в туристской сфере. Это требует проведения определенных мероприятий по управленческой реструктуризации с целью приведения всех элементов системы туристского кластера к гармоничной базе функционирования, основанной на инвестиционной и кадровой политике.

Одной из характерных особенностей регионального туризма является сложная взаимосвязь и взаимозависимость между такими его составными частями, как размещение, трансфер, питание и др. Каждая из них представляется отдельной организацией со своими целями, задачами, интересами и персоналом. Необходимо проявить большое умение, чтобы уравновесить интересы субъектов, входящих в региональный туристский кластер.

Туристская кластеризация региона позволит решить три группы проблем:

Первая группа включает:

- обеспечение ресурсной базы регионального туризма;
- разработка привлекательных турпродуктов, что позволит сформировать новое предложение регионального туризма;
- обеспечение качества и конкурентоспособности создаваемых турпродуктов на основе их регионального тестирования.

Ко второй группе относятся:

- формирование эффективной маркетинговой стратегии продвижения туристских продуктов на внутренний и международный рынок;
- формирование имиджа туристского региона для привлечения туристов и инвестиций.

К третьей группе следует отнести:

- создание системы региональной координации всех сфер деятельности туризма;
- создание организационно-правовых и экономических условий для стимулирования развития регионального въездного и внутреннего туризма (инвестиции и кадры).

Решение данных проблем обеспечивается за счет координации деятельности регионального туристского кластера. Координация представляет собой процесс распределения деятельности во времени, обеспечения взаимодействия различных субъектов в интересах выполнения стоящих перед ними общих задач [3, с.193].

Координация должна быть, прежде всего, обеспечена на макро-(государственном) уровне. В настоящее время в отечественной практике оспаривается необходимость государственного вмешательства в деятельность туристских фирм. Мы согласны с теми исследователями, которые считают, что турбизнес не может быть только частным и развиваться без государственного вмешательства. Множество собственников ресурсов, множество целей и задач, отличие в интересах – все это требует достаточно жесткой координации со стороны государственных органов власти.

По мнению руководителя Департамента статистики и маркетинга ВТО Энчи Пачи, необходимо осознать, что на нынешнем этапе развития туризма, только государство и правительство играют в нем первостепеннейшую, если не единственную роль, а частнопредпринимательский сектор участвует в этом лишь частично. Последний никогда не сможет покрыть потребности в крупных инвестициях для развития курортных, гостиничных или иных туристских предприятий, как основных элементов туристской инфраструктуры.

Мировая тенденция идет к постепенному сближению государства и частного сектора в финансовом обеспечении продвижения национального туристского продукта и

маркетинга. Свою нагрузку в этом должно понести то великое множество отечественных и иностранных фирм, которые только вывозят российских туристов за границу, и не инвестируют в развитие туристской инфраструктуры самой России.

Соглашаясь с этой точкой зрения, тем не менее, следует отметить, что участие государства в управлении турбизнесом должно носить косвенный характер. Это предполагает использование стимулирующих мероприятий и координацию деятельности фирм без вмешательства в их непосредственное управление.

В настоящее время в России существуют определенные структуры, координирующие туристскую деятельность – Совет по туризму при Президенте РФ, Комитет по туризму и спорту в Государственной Думе. Учитывая положительный зарубежный опыт, можно отметить перспективность и выгоду создания структуры, регулирующей деятельность туризма на уровне страны – Национальной Туристской Администрации и ее представительств в регионах.

Координация турбизнеса на макроуровне требует большей маркетинговой ориентации и связана с решением следующих задач:

- Всесторонний и полный анализ и четкое понимание того, что Россия и составляющие ее регионы, могут конкретно предложить своим и иностранным туристам, с точки зрения преимуществ и недостатков организации отдыха, в сравнении с основными странами – конкурентами.
- Изучение и анализ стран-конкурентов, в целях поиска, заполнения и использования, в настоящее время, пустующих сегментов туристского рынка.
- Определение стратегических задач по охвату доли туристского рынка, с учетом потенциала транспортной системы, средств размещения, а также наличия необходимых финансовых ресурсов.
- Построение системы продвижения своего национального турпродукта в мире, по конкретным географическим регионам, подготовка рекламно-информационных материалов под конкретные туристские рынки; переориентация туристской рекламы от посредников и абстрактной туристской индустрии в целом, на конечного потребителя.

Существенную роль в регулировании деятельности туркомплекса на макроуровне играют экономические и финансовые ведомства – Министерство экономики, Министерство финансов, Центральный банк РФ, которые определяют порядок финансирования и кредитования туристской деятельности, разрабатывают нормативные документы по данным вопросам. Важным является участие в координации ведомства, обеспечивающие контроль за соблюдением государственных интересов в области турбизнеса – Государственный таможенный комитет и Министерство РФ по сотрудничеству с государствами-участниками СНГ,

На мезоуровне координация деятельности регионального туристского кластера должна осуществляться в двух направлениях – в отрасль и в регион.

Отраслевая координация турфирм, в первую очередь, связана с экономическими показателями эффективности, с возможностью правильно оценить изменяющиеся условия отрасли и определить характер и уровень конкурентной борьбы в ней. Это позволяет выработать стратегию, соответствующую общей ситуации в отрасли, и реализовать ее с соответствующим инвестированием.

Принадлежность фирмы к региональной системе турбизнеса ставит ее в конкретные правовые рамки, определяемые существующим законодательством и дополнительными соглашениями, регулирующими этот вид деятельности в регионе. Все это способствует упорядочению бизнеса, повышению его прозрачности и общей культуры. Естественно, эти факторы экономического плана в совокупности повышают стабильность и результативность турбизнеса в целом.

Региональный уровень в большей степени способствует развитию социальной функции туризма. Она также связана с вопросами собственности, рационального использования предоставляемых турресурсов, особенностей регионального налогообложения и региональной поддержки турбизнеса. В определенной степени развития туризма на региональном уровне можно рассматривать как одно из направлений диверсификации экономики.

В настоящее время можно выделить ряд направлений по координации регионального туризма в Саратовской области. Наиболее приоритетной является работа по региональной координации мероприятий, направленных на формирование туристского имиджа Саратовского региона и имиджа региональных турпродуктов, эффективное позиционирование образа городов перед иностранными и отечественными туристами. От успешности этой работы зависят объемы продаж и инвестиционный климат в регионе.

Следующей по значимости является координация инвестиционной деятельности, а также координация работ по размещению туристов и их питанию. Далее по степени значимости располагаются координационная деятельность по бенчмаркингу турпредприятий, по трансферу туристов и по созданию дополнительных услуг. Создание системы туристских кластеров в Саратовской области создаст прочную основу для развития турбизнеса как составной части экономики региона.

На региональном уровне координация деятельности системы туристских кластеров может осуществляется различными структурами, функционирующих при региональных органах власти – Министерство молодежной политики, спорту и туризму, Таможенный комитет и т.д. Немаловажное значение в деятельности туристских кластеров могут иметь банки и различные финансовые структуры, определяющие кредитную политику в сфере туризма.

Развивая приоритетные виды туризма в рамках туристского регионального кластера, необходимо не забывать об экологизации рекреационного природопользования.

Координация деятельности внутри самого туристского кластера предполагает проведение управленческой реструктуризации и использование новых форм организации бизнеса.

Проведение управленческой реструктуризации предполагает поэтапное проведение следующих мероприятий, способствующих эффективному функционированию системы регионального туристского кластера.

- Формирование стратегических целей, обеспечивающих высокие конкурентные позиции регионального туристского кластера, как баланс между требованиями внешней среды и возможностями самих предприятий.
- Оптимизация занятости в туристской сфере на региональном уровне.
- Разработка эффективных технологий турбизнеса по всем его составляющим, которые являются предметной основой бизнес-процессов.
- Автоматизация работ на основе информационных технологий, позволяющая мультиплицировать эффект функционирования всех сфер деятельности регионального туристского кластера, начиная от бизнес-планирования и заканчивая менеджментом.

Кластерный подход, безусловно, активизирует предпринимательство в регионе, так как высокая степень специализации как характерная черта кластера стимулирует создание новых форм предприятий. Предлагаемые мероприятия по управлению и координации деятельности системы регионального туристского кластера позволит более гибко использовать управленческий инструментарий для привлечения инвестиций в туристическую сферу и обеспечить оптимальную занятость в регионе.

Список использованных источников

1. Александрова А.Ю., Владимиров Ю.Л. Особенности создания туристских кластеров в России (на примере Вологодской области) //Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т.10. №1.
2. Зельднер А.Г. Правовой режим функционирования особых экономических зон и зон территориального значения //Вопросы экономики и права. 2012. №1.
3. Мильнер Б.З. Теория организации. – М.: ИНФРА – М, 2002, с.193.

УДК 338.48(470.51)(045)

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР И ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ЭКОНОМИКИ МОНОГОРОДА НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ГОРОД САРАПУЛ»

Догадина Н.В.

Удмуртский государственный университет

Павлова П.С.

Удмуртский государственный университет

Амерханова Г.С.

Удмуртский государственный университет

TOURIST-RECREATION CLUSTER AND DIVERSIFICATION OF SINGLE- INDUSTRY TOWN ECONOMY ON THE EXAMPLE OF MUNICIPAL FORMATION «TOWN SARAPUL»

Dogadina N.V.

Udmurt State University

Pavlova P.S.

Udmurt State University

Amerkhanova A.S.

Udmurt State University

Аннотация: Несмотря на широкое распространение кластерного подхода в управлении, с точки зрения понятийных позиций, в том числе и на уровнях исполнительной власти Российской Федерации, «кластер» и признаки формирования «кластера» принципиально разнятся. В данной статье специалистами Центра кластерного развития Удмуртской Республики рассмотрен вопрос эффективного взаимодействия участников кластера и их роль в диверсификации экономик монопрофильных городов.

Abstract: Despite the wide spread of the cluster approach in management, definitions of «cluster» and signs of «cluster» formation are fundamentally different in terms of conceptual viewpoints, including the level of Russian Federation executive authorities. In this article, experts of Udmurt Republic Center of Cluster Development considered the issue of effective interaction between cluster members and their role in diversification of single-industry towns economy.

Ключевые слова: кластер, туристско-рекреационный кластер, кластерная среда, экономика моногорода.

Key words: cluster, tourist-recreational cluster, cluster environment, single-industry town economy.

В современных условиях систему стратегического управления как экономики Российской Федерации, так и региональных экономик составляет координация и

поддержка субъектов предпринимательства, малого и среднего бизнеса. Процессы глобализации и экономической интеграции, кооперация, усиление роли территориального подхода привели к формированию синергетических систем, требующих координации, с целью устойчивого развития территорий. Конструктив таких синергетических систем описал Майкл Портер: «группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга».

Несмотря на широкое распространение кластерного подхода в управлении, с точки зрения понятийных позиций, в том числе и на уровнях исполнительной власти Российской Федерации «кластер» и признаки формирования «кластера» принципиально разнятся. Такая же ситуация сложилась в туристической отрасли. Федеральной целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» предусмотрены механизмы государственного финансирования и осуществления государственных инвестиций для обеспечения развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации с использованием кластерного подхода, направленных на ускоренное развитие межрегиональных туристских возможностей (маршрутов) и повышение качества услуг. Кластерный подход, по определению Программы, предполагает сосредоточение на ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами. В этом случае, кластер является эффективным механизмом кооперации и координации взаимоотношений бизнеса, государства и науки.

Муниципальное образование «город Сарапул» отнесен к числу монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации, согласно Распоряжения Правительства РФ от 29 июля 2014 года № 1398-р. В 2014 г. муниципальное образование (МО) «город Сарапул» вошел в Федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» с проектом «Камский берег». Администрация МО «город Сарапул» и инициативные группы руководствовались стратегическими задачами: создание условий для обеспечения экономической безопасности и социальной стабильности города на принципах устойчивого развития посредством комплексной и последовательной трансформации всех сфер жизнедеятельности города, а также решение социальных проблем, возникших в МО «город Сарапул» в связи с сокращением объемов производства и занятости на градообразующих предприятиях оборонно-промышленного комплекса из-за сокращения государственного оборонного заказа, в том числе и за счет развития туризма.

Стратегический подход в функционировании туристско-рекреационного кластера обусловлен не только задачами развития инфраструктуры, но и мероприятиями, направленными на повышение имиджа региона и сохранением объектов культурного наследия. Так, разработан туристический бренд города, программа продвижения туристического бренда, прописаны мероприятия, включающие благоустройство города; мероприятия по разработке и внедрению навигации в городе, регламенты использования рекламных конструкций на фасадах зданий, высотные регламенты, устранение рваной городской структуры; продвижение туризма через акваторию реки Кама, ориентация на круизные потоки, индустрию водных развлечений; продвижение туризма через гастрономию; имиджевые компании; мероприятия направленные на повышение качества обслуживания. Город активно привлекает к туристским событийным мероприятиям местные сообщества, градообразующие предприятия, предприятия пищевой и текстильной промышленности. Разработаны мероприятия по вовлечению в хозяйственный оборот объектов культурного наследия, нуждающихся в реставрации на условиях государственно-частного партнерства.

Туристско-рекреационный кластер «Камский берег» находится на начальном этапе своего становления. Вследствие имеющихся отраслевых особенностей Удмуртской

Республики, ориентации на оборонную промышленность, имиджа закрытого региона формирование туристской инфраструктуры будет зависеть от эффективности работы участников кластера и формирования кластерной среды. При таком подходе результативность взаимодействия органов исполнительной власти и бизнеса, в силу постоянного подкручивания процессов через инфраструктуру Центра кластерного развития, приведет к целенаправленному, стратегически ориентированному использованию ресурсов региона и, как следствие, быстрому развитию туристической отрасли в целом.

Список использованных источников

1. Кальченко О.М. Кластеризация в туристской сфере [Электронный ресурс] // Проблемы экономики. №3, 2009.
2. Кархова И.Ю., Кунаков Д.А. Особые экономические зоны как инструмент повышения конкурентоспособности и диверсификации национальной экономики // Российский внешнеэкономический вестник. – 2007. – № 9.
3. Комплексный инвестиционный план модернизации моногорода Сарапула Удмуртской Республики (с ред. постановления администрации г. Сарапула от 27.05.2013 № 1405, от 26.05.2015 № 1470).
4. Перечень монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов). Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 июля 2014 г. № 1398-р.
5. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993.
6. Стратегия развития туристско-рекреационного кластера «Камский берег» Удмуртской Республики. Распоряжение Правительства Удмуртской Республики от 25 мая 2015 года N 510-р.
7. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Электронный ресурс Консультант.

УДК 331.108.2:(332.3+338.48)(045)

ОПЫТ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕТРОСПЕКТИВЕ (КАДРОВЫЙ АСПЕКТ)

Лапина Е.А.

Удмуртский государственный университет

MANAGEMENT EXPERIENCE IN RETROSPECT (HR)

Lapina E.A.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы управления персоналом в сравнении сфер государственной молодежной политики (далее – ГМП) и туризма, которые актуальны и востребованы в современном обществе. Имеющиеся сходства в парадигме – ГМП и туризм касаются их формирования, статуса, организационно-управленческих структур, ресурсного и правового обеспечения и периода создания. Модель кадрового обеспечения ГМП образовалась в условиях перестройки советского общества. Вопросы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в рамках теории и практики HRM, человеческого капитала одинаково актуальны и приоритетны для обоих профессиональных видов деятельности.

Abstract: This article is related to issues which rise in human resource management (HRM) in tourism and state youth policy. Both they are very need and actual in modern society. There are several

things they have in common which are: both of them do not have a specific status in society, both have been established recently, both do not have clear organizational, juridical and financial structure, both have the same terms, both have no scientific theory. The main idea of this article is to try and find out the features which both tourism and youth policy have in common starting from post-soviet time and until now.

Ключевые слова: управление персоналом, государственная молодежная политика, туризм.

Key words: HRM, state youth policy, tourism.

В статье предпринята попытка поделиться личным опытом работы с кадрами в органах государственного управления в сфере ГМП и обозначить некоторые аналогии в туриндустрии. Рассмотрение парадигмы – ГМП и туризм вполне обоснованно и актуально для данных сфер деятельности. При имеющихся различиях можно проследить их сходство: 1) оба вида профессиональной деятельности являются автономными; 2) для них характерен небольшой период функционирования; 3) смежность с другими отраслями и дисциплинами, до сих пор неясен их статус: отрасль, сфера; 4) продолжающееся конституирование (правовое, организационное и ресурсное оформление); 5) сходство понятийного аппарата, появление смежных дефиниций: «молодёжный туризм», «туристическое волонтерство»; 6) отсутствие самостоятельной сферы научного знания, ювенология – наука о молодёжи только зарождается, а у туризма она отсутствует вообще.

Кадровое обеспечение – система мер по подбору, подготовке и переподготовки кадров, работе с резервом. В 1990-е годы произошёл распад СССР, перестройка всех сфер жизнедеятельности. Благодаря усилиям патриотов в полном смысле этого слова в России, в т. ч. Удмуртии, создаются госструктуры по работе с молодёжью. Причём, наиболее эффективно эти процессы шли в регионах. Возможно, сказались неповоротливость и неготовность властных органов и учреждений всех уровней, а также уровень ментальности всех граждан, участвующих в этих процессах.

Становление органов туриндустрии во многом схоже с ГМП: статусная неопределённость, разобщённость туристского сообщества. Госкомитет Удмуртии по делам молодёжи в 1991 году был совершенно новым органом государственного управления, не имевшим преемников. При его создании использовалась практика работы ВЛКСМ с молодёжью, зарубежный управленческий опыт организации социальных служб, в основном Телефонов Доверия. К сожалению, в постсоветском обществе науки о человеческих ресурсах, управлении персоналом, менеджменте ещё не сформировались, а государственная служба в России появилась в конце XX в. Естественно не проводилось никаких исследований о кадровой потребности и их компетенциях в рассматриваемых сферах. Инструментарии работы с кадрами в этот период: предыдущий управленческий опыт работы, интуиция, роль руководителя. В.Ф. Гарнов – первый председатель Госкомитета, комплектовал руководящий состав и персонал сам, имел большой опыт работы в госорганах. Перед его харизмой никто «не мог устоять»: он всегда был среди молодёжи, депутатов, буквально «пробивал стены» – так формировался имидж и авторитет управленческого органа. Особое внимание уделялось публичной работе, в т. ч. и со СМИ. В настоящее время огромным информационным ресурсом в позиционировании туристической организации являются интернет-источники.

Наш первый человеческий ресурс – партийные, комсомольские работники с педагогическим, историческим и в целом гуманитарным образованием, очень выручил на этапе становления, но очень быстро иссяк. Нужна была региональная модель подготовки молодёжных работников и она была разработана совместно с учёными и преподавателями Института социальных коммуникаций Удмуртского госуниверситета под руководством профессора, д.и.н. Г.В. Мерзляковой, а впоследствии – доцентом, к.и.н. Л.В. Баталовой. Мы всегда стремились к системному подходу. Любая профессиональная деятельность, в т.

ч. и туриндустрия, как самостоятельная сфера, нуждается в соответствующем государственном подходе, когда создаются условия, ресурсная обеспеченность (правовая, кадровая, финансовая, информационная).

Большое внимание уделялось командообразованию и корпоративной культуре (своя символика, бренд, гимн, логотип, знаки отличия, система мотивации). С точки зрения управления задача кадрового обеспечения для работы с молодёжью была выполнена. В подтверждение: организована профессиональная подготовка специалистов с молодёжью на базе ИСК по направлению подготовки “Организации работы с молодёжью” (бакалавриат и магистратура).

Результаты работы турфирм определяются в денежном эквиваленте, поэтому особую важность на современном этапе приобретают теории человеческого капитала. Они рассматривают физическое, психическое, духовное здоровье, знания и умения, способности и опыт, уровень культуры, инновационный потенциал. Инвестиции в человеческий капитал – это сохранение и укрепление здоровья, образование, медицина, социальная помощь. Профессиональный состав работников туризма ещё только складывается. Сегодня имеется немало теоретических концепций и разработок, разработаны философские основы туризма, что может выступать в качестве поддержки конкретных механизмов HRM. Более того, предположение, что туризм составная часть экономики любого государства подтверждается практикой. Следовательно, туриндустрия должна регулироваться региональными органами государственной власти, ответственными за туризм в регионах, с четким разграничением их полномочий и всех субъектов туриндустрии.

Независимо от статуса органа власти и учреждения в сфере туризма, задача по управлению человеческими ресурсами или кадровому обеспечению актуальна сегодня как никогда и по-прежнему приоритетна!

Список использованных источников

1. Лапина Е.А. Опыт реализации государственной молодёжной политики в Удмуртской Республике в 1990-е начале 2000-х гг. (кадровый аспект): дис. канд. ист. наук /Е.А. Лапина. – И, 2009.

2. Лапина Е.А., Мерзлякова Г.В. Опыт реализации государственной молодёжной политики в Удмуртской Республике в 1990-е начале 2000-х гг. (кадровый аспект) 2010 г. – Ижевск.

3. Гриценко Г.А. Инвестиции в человеческий потенциал // Эффективность реализации государственной молодежной политики: опыт регионов и перспективы развития: материалы Всероссийской науч.-практич. конференции 28-30 апреля 2009 г.- Чита, ЧитаГУ, 2009.

РАЗДЕЛ 2

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ТУРИНДУСТРИИ

УДК 368.97(045)

ОСОБЕННОСТИ КЛАССИФИКАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ

Овакимян А.Б.

Южный федеральный университет

FEATURES OF CLASSIFICATION OF TOURIST INSURANCE

Ovakimyan A.B.

Southern Federal University

Аннотация: В статье дается характеристика туристического страхования, рассматриваются особенности личного и имущественного страхования в туризме, анализируются специфические черты страхования ответственности в туризме.

Abstract: The paper presents characteristics of the tourist insurance, discusses features of personal and property insurance in tourism, describes features of liability insurance in tourism.

Ключевые слова: туристическое страхование, страхователь, страховщик, личное страхование, имущественное страхование, страхование ответственности.

Key words: tourist insurance, insured, insurer, personal insurance, property insurance, liability insurance.

Современные геополитические и экономические изменения оказывают огромное влияние на туризм как динамически развивающуюся отрасль. Туристическим организациям становится все сложнее выживать на рынке. Мелкие турфирмы отмирают, крупные – терпят убытки. Для решения этой проблемы им необходим механизм страхования туристических рисков, который позволит спасти и развить бизнес.

Страхование представляет собой механизм возмещения ущерба от аварий, несчастных случаев, невыполнения обязательств через фонды страховых организаций. Страхование в туризме – особый вид, обеспечивающий страховую защиту имущественных или материальных интересов граждан во время туристических поездок.

Характерными чертами туристического страхования являются:

- кратковременность (не более 6 месяцев);
- неопределенность времени наступления страхового случая;
- непредсказуемость величины возможного ущерба [1].

Статистика подтверждает, что выезды российских граждан в страны ближнего и дальнего зарубежья с туристическими целями ежегодно увеличиваются. В последние годы отмечается заметный рост числа страховых случаев, особенно тяжелых и дорогих, включая смертельные исходы и необходимость репатриации тела.

Выезжая за рубеж, турист в любом случае оказывается в экстремальной ситуации: смена климата, изменение химического состава воды, режима питания и множество других перемен представляют потенциальную опасность. В этой связи наиболее простым, доступным и быстрым способом защиты имущественных интересов не только туристов, но и турфирм является страхование [2].

При наступлении страхового случая на территории страны пребывания турист должен позвонить в специальную службу упомянутой в полисе сервисной компании. С этого момента и запускается механизм страховой помощи.

Технология помощи строится следующим образом: клиент турфирмы заключает

договор страхования с предложенной ему зарубежной страховой компанией. При наступлении страхового случая он сообщает дежурному оператору диспетчерской сервисной компании, что случилось, где он находится и как с ним связаться. Оператор вызывает ближайшего к туристу специалиста по организации помощи пострадавшему. Оплату услуг осуществляет сервисная компания, с которой имеет договорные отношения страховщик. Сервисные компании предлагают клиентам срочную квалифицированную помощь 24 ч. в сутки, семь дней в неделю в любой точке земного шара [3].

Турфирмы и туристы при выборе страховщика должны тщательно ознакомиться с его лицензией, историей и партнерами на внутреннем и внешнем рынке. Выбирать страховые компании можно, руководствуясь объемами их страховых выплат. Необходимо досконально выяснить все детали работы страховщика и условия страхования по конкретным видам страховой защиты.

К отрасли личного страхования в туризме относятся интересы, связанные с жизнью, здоровьем и трудоспособностью туристов. Страховщиками по личному страхованию туристов могут выступать как физические, так и юридические лица, а страхователями – только туристы.

К страховым случаям относятся:

- а) кратковременные, неожиданные, непреднамеренные несчастные случаи;
- б) заболевания;
- в) смерть.

Страхование имущества, перевозимого вместе с собой и используемого в процессе путешествий, обеспечивает туристам безопасность и комфорт.

Объектами имущественного страхования в туризме являются:

- транспортные средства;
- перевозимые грузы;
- риски возникновения материального ущерба и финансовых потерь во время тура.

Страхование ответственности приобрело особую популярность в связи с увеличивающимся выездом туристов за рубеж. Объектами отрасли «страхование ответственности» туристических фирм и туристов могут быть не противоречащие законодательству РФ интересы, связанные с возмещением причиненного вреда личности или имуществу физического лица, а также юридическому лицу. Гражданская ответственность подразделяется на договорную и внедоговорную. Первая наступает вследствие неисполнения или ненадлежащего исполнения договорных обязательств, вторая – в случаях причинения вреда, не связанного с неисполнением или ненадлежащим исполнением договорных обязательств [4].

Экологическое страхование представляет собой страхование ответственности организаций и других источников экологического риска за причинение ущерба физическим и юридическим лицам в результате загрязнения окружающей среды, в том числе и в туристических зонах. Ущерб в экологическом страховании возникает в результате загрязнения окружающей среды, и проявляется в ухудшении здоровья отдыхающего населения, уменьшении полезности туристических ресурсов. Специфика договора страхования экологической ответственности состоит в том, что заключается он в пользу третьего лица – потерпевшего. Потерпевший имеет право на получение страховой выплаты в размере фактически причиненного вреда. В договоре экологического страхования должны быть установлены род деятельности организации – источника повышенной опасности и аварийные события. Страхование ответственности за загрязнение окружающей среды основывается на нормах природоохранного законодательства принимающего туристов государства.

Страховщик заключает договор страхования с владельцами транспортных средств – перевозчиками для защиты имущественных интересов туристов, которым может быть причинен вред в процессе перевозки. Страховым случаем является факт предъявления претензий в связи с нанесением страхователем вреда жизни, здоровью или имуществу

третьих лиц в процессе использования любого транспортного средства перевозчика. Если транспортное средство принадлежит юридическому лицу, то договор страхования ответственности распространяется на тех, кто указан в страховом полисе [5].

Таким образом, проблема страхования в туризме является наиболее актуальной на сегодняшний день. Классификация особенностей туристического страхования помогает решить данную проблему и грамотно выстроить технологию ведения туристического бизнеса в современных экономических условиях.

Список использованных источников

1. Алякринский А.Л. Правовое регулирование страховой деятельности в России. М.: Гуманитарное знание, 2014.
2. Воловода А.В. Рынок туристических услуг: состояние, тенденции, методы воздействия. СПб: Питер, 2014.
3. Страхование от А до Я / Под ред. Л.И. Корчевской, К.Е. Турбиной. М.: ИНФРА-М, 2015.
4. Туризм: практика, проблемы, перспективы: Ежемесячный журнал. Под ред. Н.Г. Нестеренко. М.: 2009-2015.
5. URL: sistema.ru/business/travel.

УДК 369.03(045)

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Нелаева О.В.

Удмуртский государственный университет

CRISIS MANAGEMENT OF INSURANCE ACTIVITY

Nelayeva O.V.

Udmurt State University

Аннотация: В статье освещены результаты оценки эффективности в условиях финансового кризиса. Повышение эффективности страховой деятельности и, в частности, страховой компании невозможно без установления и поддержания общественных отношений, без формирования социальной основы страхования, без мотивации страхователей и персонала страховых компаний. Одним из важнейших принципов антикризисного управления является постоянное наблюдение, мониторинг внешней и внутренней среды компании с целью раннего обнаружения надвигающейся угрозы кризиса. В качестве контролируемого показателя логично принять параметры, определяющие значение частного критерия эффективности страховой деятельности – платежеспособности страховой компании. Антикризисная организация работы страховых компаний позволит обеспечить и повышение эффективности страховой деятельности в целом. Это подтверждает тесную связь между эффективностью работы и финансовой устойчивостью или платежеспособностью страховщика.

Abstract: The article give results of an assessment of efficiency in conditions of financial crisis. Increase of efficiency of insurance activity and, in particular, insurance company is impossible without an establishment and maintenance of public attitudes, without formation of a social basis of insurance, without motivation of insurants and the personnel of insurance companies. One of the most important principles of crisis management is a constant surveillance, monitoring of external and internal environment of the company for the purpose of early detection of impending threats to the crisis. As a controllable parameter it is logical to accept the parameters defining value of private criterion of efficiency of insurance activity is paying ability of insurance company. Anti-crisis work organization of insurance companies will result increase of efficiency of insurance activity overall. It confirms the close link between work efficiency and financial stability or solvency of the insurer.

Ключевые слова: страхование, страховая компания, антикризисное управление, кризис, экономика, регион.

Key words: insurance, insurance company, crisis management, crisis, economy, region.

Результаты оценки эффективности в условиях финансового кризиса вызывают необходимость рассмотрения задачи исследования эффективности страховой деятельности в новом ракурсе – выбора способов ее повышения. От анализа эффективности страховой деятельности необходимо перейти к синтезу направлений ее повышения.

Исторический анализ и исследование современного состояния страхования показали, что страховая деятельность в масштабах государства регулируется органами законодательной и исполнительной власти через принятие законодательных и нормативных актов и контроль за их исполнением. Применительно к сегодняшней экономической ситуации в России это регулирование, как мы убедились, происходит неэффективно. Это проявляется, прежде всего, в несоответствии целого ряда законов и нормативных актов страхового надзора, особенно по налогообложению и размещению страховых резервов, сложившимся экономическим условиям. В результате страховая деятельность не только не достигает своей цели, но, более того, само существование страхования поставлено под угрозу.

Очевидно, что такое положение не соответствует долгосрочным государственным интересам и проблеме развития, повышение эффективности страховой деятельности является актуальной. Одним из главных направлений ее решения остается общее улучшение экономической ситуации. Вместе с тем, вся история становления и развития страхования показывает, что, помимо объективных экономических условий, успех в развитии страховой деятельности достигается за счет принятия и соблюдения разумных законов, способствующих выполнению ее цели, расширения социальной основы страхования, т.е. благодаря эффективному государственному регулированию страховой деятельности. Более того, законодательным путем можно обеспечить и экономические предпосылки такого развития, например, путем регулирования налогооблагаемой базы страхователей и страховщиков. Тогда общую задачу повышения эффективности страховой деятельности можно сформулировать как разработку, принятие и контроль исполнения законодательных и нормативных актов, способствующих обеспечению надежной страховой защитой всех слоев общества, имущественных интересов органов власти, населения и предпринимателей. Эти условия являются необходимыми, но недостаточными для повышения эффективности и развития страхования.

Повышение эффективности страховой деятельности и, в частности, страховой компании невозможно без установления и поддержания общественных отношений, без формирования социальной основы страхования, без мотивации страхователей и персонала страховых компаний.

Даже в условиях недостаточно эффективной страховой деятельности в нее вовлечены миллионы наших граждан и тысячи предприятий. Неисполнение страховщиками своих обязательств вследствие утраты платежеспособности или иных кризисных обстоятельств может повлечь тяжелые экономические и социальные последствия. Поэтому достаточным условием повышения эффективности страховой деятельности в целом станет решение проблемы преодоления и, в более широком смысле, предотвращения кризиса платежеспособности страховщиков. Кризис платежеспособности страховой компании можно рассматривать и как процесс перехода из неустойчивого, неравновесного состояния по отношению к окружающей, внешней среде в другое, более устойчивое. Значения внешних и внутренних переменных в каждый отдельный период такого перехода зависят от суммарного влияния внешних и

внутренних факторов и управляющих воздействий. Очевидно, что если в период кризиса специальные антикризисные мероприятия отсутствуют или недостаточно эффективны, то новым равновесным состоянием компании станет банкротство. Это означает, что в какой-то момент она будет не в состоянии выполнять обязательства перед своими клиентами – производить страховые выплаты из-за исчерпанности страховых резервов, собственных средств и кредитных (заемных) ресурсов. Причины банкротства могут быть самые различные – рискованная тарифная политика, т.е. занижение тарифной ставки вследствие ошибок в актуарных расчетах или сознательно выбранной стратегии в конкурентной борьбе; природные или техногенные катастрофы, ставшие причиной катастрофических убытков или кумуляции сравнительно мелких страховых случаев; сохранение на собственном удержании крупного риска, превосходящего возможности компании; завышение расходов на ведение дела; утрата страховых резервов в результате неудачных инвестиций, наконец, банальное воровство. Результат же банкротства, как правило, один – невозможность дальнейшего выполнения своей цели и завершение жизненного цикла.

Как свидетельствует мировая практика, банкротство – неизбежное явление любого современного рынка, который использует финансовую несостоятельность в качестве инструмента перераспределения капитала и отражает объективные процессы структурной перестройки экономики. Такое назначение банкротства предопределено самой сущностью предпринимательства, которое всегда сопряжено, среди прочих, и с риском потерь.

Однако объективный характер банкротства не может служить оправданием для непринятия руководителем мер по его предотвращению. По сути, деятельность компании с самого начала должна быть направленной на выявление и устранение (нейтрализацию) факторов, которые могут привести к кризису и банкротству, т.е. быть антикризисной.

Цель антикризисной деятельности можно сформулировать как выбор таких стратегий, которые обеспечивают восстановление и поддержание платежеспособности страховой компании на уровне, обеспечивающем выполнение своих обязательств и возможность развития при соблюдении законодательства и с учетом влияния случайных, неопределенных и неблагоприятных факторов внешней среды. Подчеркнем, что антикризисные мероприятия на уровне отдельных компаний актуальны не только в периоды общего экономического кризиса и выхода из него, но и в период стабильного развития экономики, поскольку страховщики, как показывает российский и мировой опыт, могут разориться в любых, даже самых благоприятных экономических условиях.

Одним из важнейших принципов антикризисного управления является постоянное наблюдение, мониторинг внешней и внутренней среды компании с целью раннего обнаружения надвигающейся угрозы кризиса. В качестве контролируемого показателя логично принять параметры, определяющие значение частного критерия эффективности страховой деятельности – платежеспособности страховой компании.

В рамках простейшей экономико-математической модели для нормальной, бескризисной работы страховой компании необходимо контролировать и поддерживать большой объем входящих финансовых потоков по сравнению с исходящими, обеспечивая положительное значение прибыли и не прибегая к использованию заемных и, по возможности, собственных средств.

Следовательно, увеличение текущих размеров страховых выплат или расходов на ведение дела относительно заданного в структуре тарифной ставки уровня свидетельствуют об отклонениях от нормальной работы и возможности возникновения кризиса утраты платежеспособности. Обеспечение наблюдения за расходами с необходимой периодичностью является чисто технической задачей управления информацией. Таким образом, текущие расходы компании отвечают всем необходимым условиям и могут быть приняты в качестве контрольных параметров. Они полностью

соответствуют одной из важнейших целей антикризисных мероприятий – первоочередному выявлению и нейтрализации наиболее опасных (наиболее коротких) путей, приводящих к кризисному состоянию.

При этом необходимо решить задачу количественной оценки интенсивности отклонения контролируемых параметров с целью выделения истинного сигнала, свидетельствующего о начале кризиса, из множества случайных сигналов (фоновых шумов), поскольку стратегические решения, направленные на предотвращение кризиса, должны быть приняты и реализованы на ранних стадиях, когда процесс движения к кризису еще не приобрел кумулятивного характера и поэтому еще не стал необратимым.

Для решения этой задачи рассмотрим колебания размеров страховых выплат. Эти колебания часто имеют периодичность: сезонную, годовую или несколько лет. В теории актуарных расчетов эти колебания учитываются путем прибавления к постоянной составляющей нетто-ставки страхового тарифа, соответствующей средней многолетней частности возникновения страховых случаев, специальной составляющей, учитывающей периодические отклонения от средней величины. Рекомендуемые в трудах Э.Т. Кагаловской и других специалистов значения этой составляющей равны одному-двум средним квадратическим отклонениям, характеризующим статистические колебания среднего нетто-платежа по данному виду страхования. Таким образом, можно с достаточной уверенностью считать, что отклонение страховых выплат относительно многолетних средних значений на величину, превышающую два средних квадратических отклонения, свидетельствует о существенных изменениях, являющихся признаком приближающегося кризиса.

Расходы на ведение дела практически не подвержены влиянию случайных колебаний параметров внешней среды. Учитывая, что основная часть расходов на ведение дела – зарплата штатных работников и комиссионное вознаграждение страховых агентов с начислениями во внебюджетные фонды – прогнозируется и контролируется, в качестве критического отклонения, свидетельствующего о приближении кризисных явлений, целесообразно принять отклонение в 5-6% от прогнозируемого значения, превосходящее обычные погрешности статистических данных по труду и заработной плате в 2-3 раза, что достаточно для выделения систематических отклонений из случайных погрешностей.

Таким образом, система мониторинга в сочетании со своевременным применением некоторых специальных мер по недопущению или предотвращению кризисных явлений в известной степени способны обеспечить нормальную жизнедеятельность компании. Однако такой подход будет иметь, по сути, реактивный характер, т.е. реагировать на уже сложившиеся и обнаруженные негативные тенденции в изменениях внешней и внутренней среды организации. Очевидно, что его успешность будет зависеть от времени реакции и скорости нарастания негативных тенденций.

Более перспективным по сравнению с мониторингом представляется подход, предложенный отечественными экономистами А.П. Градовым и Б.И. Кузиным, предусматривающий активный, превентивный стиль действий. Поскольку прекращение жизнедеятельности страховой компании в результате возникновения того или иного кризисного явления явно свидетельствует о неуспехе, неэффективности всей ее деятельности, то любая и, прежде всего финансовая деятельность компании, должна быть изначально антикризисной. Следовательно, в общей задаче повышения эффективности страховой деятельности необходимо выделить частную, но весьма актуальную задачу выбора и обоснования оптимальной системы антикризисной стратегий развития страховой компании с целью смягчения и преодоления последствий кризиса, и, главное, исключения самих условий его возникновения. Поскольку российский и мировой опыт свидетельствует о возможности разорения страховщиков в любых, в том числе и благоприятных, экономических условиях, проблема антикризисной организации

финансовой деятельности страховой компании сохранит свою актуальность и после преодоления общего экономического кризиса.

Постоянные факторы, заданные законодательно, предполагают достаточно жесткую обусловленность деятельности страховой компании. Однако в распоряжении ее руководителя остается достаточно управляемых переменных для реализации своих решений. Основными из них являются цели деятельности, технологические приемы, организационная структура, персонал и информация.

Технологические приемы деятельности компании обычно рассматривается в конце списка управляемых переменных. Однако, по нашему мнению, именно технологический процесс достижения, реализации целей определяет качественный и количественный состав других управляемых переменных – структуру страховой компании, ее персонал, форму представления внешней информации о компании. Технология страхования включает ряд своих собственных внутренних переменных, или подсистем, управляя которыми руководитель может добиваться реализации целей управления. Важнейшими из них являются: виды страховых услуг, предоставляемые компанией; правила страхования; величина и структура страхового тарифа. Важность этих переменных заключается в том, что разнообразие и возможность постоянного обновления предлагаемых страховых услуг является весьма убедительным для клиентов фактором, поскольку не только удовлетворяет его растущие потребности, но и свидетельствует об устойчивом финансовом положении компании.

Организационная структура должна придать компании необходимую устойчивость к воздействию внешней среды и одновременно позволять проведение необходимых с течением времени изменений. Структура страховой компании – это логические взаимоотношения уровней управления и функциональных обязанностей, построенные в такой форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей деятельности. Следовательно, структура должна соответствовать используемым технологическим приемам работы.

Персонал в силу присущего человеку стремления к независимости представляет собой наиболее сложный объект управления и, в то же время, наиболее важный фактор в достижении поставленных целей. Игнорирование этого фактора ставит под сомнение реализуемость любых теоретических построений, в том числе и в экономике. Рассматривая различные аспекты повышения эффективности страховой деятельностью вообще и страховой компании в частности, очень важно помнить, что и страхователи, в том числе представители юридических лиц, и руководство страховой компании, и их подчиненные – это, прежде всего, группы людей. Люди являются центральным фактором при любом подходе к управлению. Поэтому страховая деятельность невозможна без установления и поддержания общественных отношений, без формирования социальной основы страхования, без управления коллективами людей.

Информацию обычно не включают в число управляемых переменных, рассматривая ее как часть коммуникации, опосредующую процесс организации работы. Но, по нашему мнению, без коммуникаций и без информационного обмена ни одна из организационных функций не может быть выполнена. Эффективность организационных мероприятий во многом определяется эффективностью коммуникации, т.е. получением, обработкой, усвоением входной информации и, после принятия на ее основе какого-либо решения, формулировкой управленческой информации, а также контролем за ее усвоением подчиненными. Организация процесса наблюдения за контролируемыми параметрами в реальном масштабе времени позволяет решить и проблему контроля эффективности страховой деятельности.

Антикризисная организация работы страховых компаний позволит обеспечить и повышение эффективности страховой деятельности в целом. Это подтверждает тесную связь между эффективностью работы и финансовой устойчивостью или платежеспособностью страховщика.

Итак, сказанное позволяет сделать следующие выводы.

1. В современных условиях структурной перестройки российской экономики страхование еще не смогло занять соответствующее ему место важнейшего стабилизирующего фактора и инвестиционного института. Среди факторов, негативно влияющих на развитие страховой деятельности, одним из важнейших является недостаточная финансовая устойчивость ряда российских страховых компаний. Значительное число компаний, не выполняющих своих финансовых обязательств перед клиентами, позволяет говорить о кризисе платежеспособности страховщиков. Финансовый кризис в августе 1998 г. еще более обострил эту проблему. На современном этапе страховая деятельность не достигает своей цели предоставления надежной защиты предпринимательской деятельности, жизни и здоровью граждан и, следовательно, недостаточно эффективна.

2. Страховая деятельность является целенаправленным процессом. Главная цель страховой деятельности заключается в удовлетворении общественной потребности в надежной страховой защите, соответствующей общепринятым финансовым требованиям. Степень достижения этой цели и определяет эффективность страховой деятельности. Комплексный критерий оценки ее эффективности выбран в виде уровня страховой защиты суммарных рисков предпринимательской деятельности, имущества, жизни и здоровья граждан. Дополнительный критерий для оценки динамики развития выбран в виде отношения темпов роста потребительских цен, рассчитываемым в соответствии с Законом РСФСР «Об индексации денежных доходов и сбережений граждан». Согласно расчетам, в современных условиях страховой защитой обеспечены всего три-четыре процента суммарных рисков.

3. Установлена связь эффективности страховой деятельности с основным экономическим показателем деятельности страховщиков – финансовой устойчивостью. Определены основные внешние (несоответствие нормативной базы сложившимся экономическим условиям, недоверие к страхованию, недостаток платежеспособного спроса) и внутренние (недостаточная финансовая устойчивость страховщиков) причины неэффективного развития отечественного страхования на современном этапе обострения структурного и финансового кризиса.

4. Для понимания и учета взаимного влияния различных сторон и субъектов страховой деятельности использован системный подход, рассматривающий страховую компанию как совокупность разнородных элементов – финансов, технологических приемов и людей, объединенных структурой и управлением для достижения цели в условиях изменяющейся внешней среды. Страховая компания является социотехнической системой.

5. Контроль за соблюдением страховщиками своих обязательств возник еще в древности в форме договоров и уставов, а впоследствии – кодексов. По мере развития государственности страховой контроль перешел к государственным органам и принял форму страхового законодательства, регулирующего процесс образования и регистрации страховщиков, размещения страховых резервов и, в отдельных случаях, размера страховых тарифов. В некоторых государствах процесс развития контроля и регулирования страхового дела принял свою крайнюю форму – государственной монополии на страхование в целом или его отдельные виды.

6. Общая задача повышения эффективности страховой деятельности сформулирована как разработка, принятие и контроль исполнения законодательных и нормативных актов, способствующих обеспечению надежной страховой защитой всех слоев общества, имущественных интересов органов власти, населения и предпринимателей. Учитывая, что положительные результаты этих мероприятий проявятся не сразу, задача выбора и обоснования системы оптимальных антикризисных стратегий развития страховых компаний как частный случай общей задачи повышения эффективности страховой деятельности остается актуальной и сформулирована

следующим образом: выбрать стратегии, обеспечивающие максимальную платежеспособность компании в течение всего времени ее деятельности в условиях действия случайных, неопределенных и неблагоприятных факторов внешней среды. Эта задача сохраняет актуальность и в условиях стабильной макроэкономической ситуации.

УДК 338.48-051(045)

УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ ПЕРСОНАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ НА РЫНКЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

Рылова Н.И.

Удмуртский государственный университет

Коршунова Ю.В.

Удмуртский государственный университет

MANAGEMENT OF STAFF LOYALTY AS THE TOOL OF INCREASE OF CUSTOMER LOYALTY IN THE MARKET OF TOURIST SERVICES

Rylova N.I.

Udmurt State University

Korshunova Y.V.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы формирования лояльного отношения персонала к своей организации как инструмент повышения лояльности клиентов к организации и фактор эффективности труда. Реализуется цель – изучение влияния лояльности персонала на степень удовлетворения клиента организаций туристской индустрии и на уровень конкурентоспособности организации. Объект исследования – деятельность организаций туристского бизнеса на рынке туристских услуг. Предметом исследования является анализ лояльности, ее составляющих и их влияние на уровень удовлетворенности клиентов туристского бизнеса. Исследование осуществлялось с помощью общенаучных методов анализа и синтеза, логического, диалектического. Задачи исследования: определить лояльность персонала как категорию и ее составляющие, изучить влияние лояльности на эффективность труда персонала, уровень конкурентоспособности организации туристской индустрии и лояльность клиентов на рынке туристских услуг. Сделан вывод о том, что любая организация на рынке туристских услуг, которая в долгосрочной перспективе желает выжить, вынуждена обращать особое внимание на лояльность своего персонала. Лояльный сотрудник – есть удовлетворенный клиент, что для любого туристического агентства является важнейшим конкурентным преимуществом.

Abstract: This article deals the formation of loyal attitude to the staff of the organization as a tool to increase customer loyalty and efficiency of the labor factor. The purpose of this article is to study the impact of staff loyalty on the degree of satisfaction of the client organizations in the tourism industry and the competitiveness of the organization. The object of research is the activity of tourist business organizations in the market of tourist services. The subject of research is the analysis of loyalty, its components and their influence on the level of satisfaction of tourist business customers. Methods of analysis and logical dialectic synthesis used in this study. Objectives: To determine the components of staff loyalty; to determine loyalty effect on the efficiency of the personnel and customer loyalty; to examine the level of competitiveness of the organization of the tourist industry. As a result, we have found that every organization should focus on loyalty of its staff. A satisfied customer is a competitive advantage for any travel company.

Ключевые слова: лояльность персонала, лояльность клиентов, эффективность труда, конкурентоспособность организации, рынок туристских услуг.

Key words: staff loyalty, customer loyalty, labor efficiency, the competitiveness of the organization, the market of tourist services.

В современных, динамично развивающихся условиях рынка, найдется мало людей, которые поспорят с тем, что персонал является главным нематериальным ресурсом компании, который в большей степени обеспечивает ее конкурентоспособность и развитие. На рынке предоставления услуг, к которому относятся в том числе и турагентства, роль кадров еще более значительна. Товар, который предоставляется потребителям рынка услуг, не имеет материальной оболочки, то есть услуга рассматривается как особая форма товара, которую работник должен подать таким образом, чтобы клиент остался удовлетворён.

Некоторое время назад, руководители туристских организаций, решая проблему низкой конкурентоспособности своей фирмы, в основном уделяли внимание вопросам рынка, окружающей среды, а также клиентам и конкурентам. Однако в последнее время управляющие стали осознавать значимость персонала в своей деятельности, и поэтому для поддержания качества услуг, помимо использования национальных стандартов туристской индустрии, начали разрабатывать локальные стандарты обслуживания клиентов. В индустрии туризма стандартом обслуживания принято считать комплекс последовательных и обязательных для исполнения правил обслуживания туристов, гарантирующий определенный уровень качества. Стандартом определяются критерии, по которым оцениваются уровень обслуживания клиентов и деятельность персонала предприятия.

Несмотря на введение турагентствами стандартизации обслуживания, удовлетворить индивидуальными особенностями психики каждого из множества клиентов просто невозможно. Определенный алгоритм поведения, называемый стандартизацией, не может предотвратить появления искаженного восприятия реальности. Неправильное восприятие действительности вызывает у клиента отрицательную реакцию на действия работника, что в свою очередь формирует негативный образ всей турфирмы в целом. Неудовлетворенный клиент в большинстве случаев никогда больше не воспользуется услугами данной организации, более того он поделится своим субъективным мнением со своими знакомыми. Именно таким образом многие турагентства теряют немалую долю своих потенциальных потребителей.

Таким образом, мы видим, что сейчас для квалифицированной работы в индустрии туризма, помимо технологической подготовки кадров в области туристского бизнеса, также необходима соответствующая психологическая подготовка, владение вопросами межличностного общения. Огромную значимость имеют личностные качества работников: коммуникабельность, толерантность, приветливость, открытость, опыт, умение творчески подойти к решению возникающих вопросов, благонадежность и т.д.

Однако для полной реализации кадрового потенциала в организации одного лишь наличия необходимых личностных качеств все же недостаточно. Помимо них у работника должно быть желание применять эти положительные качества на своем рабочем месте для того, чтобы наилучшим образом исполнять функции и обязанности, возложенные работодателем. Человек может быть открытым, коммуникабельным и приветливым в своей повседневной жизни, однако, если на рабочем месте он ведет себя замкнуто, инертно, неохотно обслуживает клиентов, не располагает их к себе, то данный работник никогда не принесет своей организации никакой социально-экономической выгоды. Поэтому именно сейчас, в условиях высокой конкуренции на рынке предоставления туристских продуктов, каждому турагентству необходимо формировать кадровый состав таким образом, чтобы каждый сотрудник разделял с компанией основные цели, ценности, убеждения, содействовал достижению успеха всей фирмы. Таких работников принято считать лояльными по отношению к своему предприятию.

Понятие лояльности можно интерпретировать в двух направлениях. Одно описывает лояльность как приверженность, верность, преданность компании и закреплено термином «organizational commitment». Второе направление рассматривает лояльность сотрудников как психологическое явление и в работах зарубежных исследователей

обозначается как «employee loyalty». Таким образом, понятие «лояльность персонала» имеет две составляющие: эмоциональную приверженность на психологическом уровне (это внутреннее отношение сотрудника), что проявляется в его реальном поведении (это внешнее отношение сотрудника).

Лояльность персонала в широком смысле – это положительное отношение работников, к организации, в которой они трудятся. Данное понятие имеет множество определений различных авторов, сводя их мысль воедино можно говорить о том, что лояльность персонала – это социально-психологическая установка, которая характеризуется разделением целей и ценностей компании, принятием её философии, удовлетворенностью условиями труда, желанием работать в данной организации, а также содействием достижению целей организации. Преимущества лояльного персонала очевидны. Такие сотрудники более сознательны, дисциплинированы и показывают большую производительность труда, кроме того они более надежны.

Лояльность персонала в компании положительно влияет на бизнес результаты. Желание работать – одно из проявлений лояльности персонала. «Желание работать» оказывает сильное влияние на эффективность труда. Таким образом, мы видим путь влияния лояльности персонала на лояльность клиентов: лояльность персонала – эффективность труда – качественный продукт – удовлетворенность потребителя – лояльность потребителя.

Подводя итог, можно с полной уверенностью сказать о том, что любая организация на рынке предоставления туристских услуг, которая в долгосрочной перспективе желает выжить, вынуждена обращать особое внимание на лояльность своего персонала. Лояльный сотрудник – есть удовлетворенный клиент, что для любого турагентства является важнейшим конкурентным преимуществом.

УДК 379.85

РАЗРАБОТКА КЛАССИФИКАТОРА ОЦЕНИВАНИЯ ПАРКА ОТДЫХА С ПОЗИЦИИ ЕГО КОМФОРТНОСТИ И ДОСТУПНОСТИ ДЛЯ ТУРИСТОВ

Дорохова К.А.

Российский государственный университет туризма и сервиса

Очкасова О.С.

Российский государственный университет туризма и сервиса

DEVELOPMENT OF A CLASSIFIER OF EVALUATION RECREATION PARK WITH POSITION OF ITS COMFORT AND ACCESSIBILITY FOR TOURISTS

Dorokhova K.A.

Russian State University of Tourism and Service

Ochkasova O.S.
Russian State University of Tourism and Service

Аннотация: в данной статье авторы поднимают проблемы доступного и комфортного отдыха в городских парках отдыха. В качестве инструмента оценки данного показателя авторы разрабатывают и апробируют классификатор. Полученный классификатор апробируется на примере Парка культуры и отдыха им. М. Горького города Москва.

Abstract: In this paper, the authors raised the problem of affordable and comfortable stay in the city parks. As a tool for assessing this indicator the authors developed and tested classifier. The resulting classifier is being tested by the example of Park of Culture and Rest Gorky Moscow city.

Ключевые слова: парк, экология города, озеленение, природа, оценка.

Key words: park, city ecology, gardening, nature, estimation.

В наше время человеческая деятельность характеризуется большими нагрузками, после которых человеку необходим комфортный и доступный отдых. Одной из альтернатив решения проблемы выступают парки отдыха, которые характеризуются большим разнообразием услуг для отдыхающих. Сегодня в Москве есть множество парков, которые предлагают свои услуги и развлечения для туристов, но с каждым годом возрастают требования к уровню сервиса, возникают спорные вопросы, касающиеся комфортности и доступности. Именно поэтому целью исследования стала разработка оценочного классификатора для парков отдыха.

Работа была выстроена в два этапа: создание оценочного классификатора парков (табл. 1) и его апробация на примере Парка культуры и отдыха им. М. Горького города Москва.

Были выделены следующие блоки критериев, исходя из системного понимания функционала [2]:

- территория парка и ее техническое оснащение (освещение парка отдыха и расположенных объектов на территории парка, бесплатная стоянка для посетителей парка, вывеска, освещаемая вывеска названия парка, главный вход, дополнительный входы, воздушно-тепловая завеса при входах, канализация, водоснабжение в местах общего пользования, аккумуляторы для аварийного освещения, непрерывное кондиционирование всех помещений, водоснабжение, непрерывная вентиляция общественных помещений, повышенная звукоизоляция ограждений, телефонные будки, бесплатный доступ Wi-Fi на территории всего парка, розетки для зарядки гаджетов, доступность для лиц с ограниченными возможностями, лавочки и лежаки, велодорожки, служебные помещения для персонала парка);

- безопасность (видеонаблюдение на всей территории и в местах общего пользования, радиовещание на территории всего парка, пункт охраны, медицинский центр);

- информирование посетителей (наличие информационных табло, пункты информационного обслуживания);

- аттракционы (солнышко, вигвам, автодром, буран, буран 4D, биг-бен, брейк данс, капсула, эврика, боинг 147, луна-парк, чудо-град и др.);

- объекты санитарно-гигиенического назначения (туалеты на территории парка и в объектах, расположенных на его территории, комната матери и ребенка, урны);

- экологическая ситуация (озеленение парка, очистка водоемов на территории парка, наличие богатой флоры и фауны, сортировка мусора, оборудованные зоны для курения, зоны для выгула животных);

- помещения для предоставления услуг питания (рестораны, бары, кафе, автоматы, фургончики);

- услуги и развлечения парка (прокат, велоремонт, мероприятия для лиц с ограниченными возможностями, квесты, детские игровые комнаты, кинотеатр: крытый и под открытым небом, библиотека, магазины с сувенирной продукцией, выставки, мастер-классы, услуги фотографа, банкомат, платные сейфовые ячейки);

- требования к персоналу (фирменная одежда, бейджи, персонал различных служб по всей территории парка, достаточное количество персонала для обеспечения эффективной работы парка).

Всего было выделено 5 категорий парков: самая высшая категория – «5», самая низшая – «1».

Таблица 1

Фрагмент классификатора соответствия требованиям категории

Требование	Категория				
1	2	3	4	5	6
	*	**	***	****	*****
Освещение парка отдыха и расположенных объектов на территории парка	+	+	+	+	+
Бесплатная стоянка для посетителей парка			+	+	+
Главный вход	+	+	+	+	+
Дополнительные входы			+	+	+
Повышенная звукоизоляция ограждений, заборов			+	+	+
Бесплатный доступ wi-fi на территории всего парка отдыха				+	+

Чтобы присвоить парку определенную категорию, нужно проверить наличие выполненных условий, прописанных в «Оценочных требованиях к паркам отдыха», что является первым этапом выявления соответствующей категории. Изначально парк проверяется по самой высокой категории, если он не соответствует хотя бы одному требованию данной категории, то производится проверка категории по значению ниже и т.д. [1, 2, 3].

Полученный оценочный классификатор был апробирован на примере Парка культуры и отдыха им. М. Горького, который расположен в г. Москва. Выполнив оценку парка по критериям, было выявлено, что Парк культуры и отдыха им. М. Горького имеет как плюсы, так и минусы.

С помощью разработанного классификатора были выявлены главные недостатки Парка культуры и отдыха им. М. Горького:

1) Одним из важнейших факторов для комфортного отдыха является безопасность. В парке им. М. Горького пункт охраны находится только при главном входе, чего не хватает на самой территории. Также отсутствуют сейфовые ячейки;

2) Мало внимания уделено информационным пунктам обслуживания: туристам необходимо получать информацию, чтобы в полной мере воспользоваться услугами, предоставляемыми парком;

3) Среда для людей с ограниченными возможностями в парке развита слабо, что является еще одним существенным недостатком;

4) Парк не оборудован зонами для курения;

5) На территории парка не предусмотрен медицинский центр или центр оказания первой помощи.

Следовательно, данный парк не относится к категории «5», следует провести мероприятия по устранению вышеописанных недостатков, чтобы парк стал более комфортным и доступным для туристов.

Таким образом, данный классификатор позволяет оценить и выявить достоинства и недостатки парков отдыха с отображением в виде полученной категории, позволяет формировать ориентир для новых и действующих объектов для организации досуга посетителей. Дальнейшее развитие методики необходимо провести в сторону разработки количественных шкал и оценки, которые позволят учесть не только наличие факторов, но и их состояние и характеристику.

Список использованных источников

1. Саранча М.А. Методика лексикографической оценки туристско-рекреационного потенциала территории с использованием географических информационных систем // «Вестник Удмуртского университета. Серия «Биология. Науки о земле»». 2011. Выпуск 3. С. 114-122.
2. Саранча М.А. Из размышлений о развитии туристских систем // Вестник ассоциации ВУЗов туризма и сервиса. 2014. Том 8. №3. С. 103-110.
3. Саранча М. А. Туристский потенциал территории: проблематика определения сущности и структуры // «Вестник Удмуртского университета. Серия «Биология. Науки о земле»». 2015. Выпуск 6-1, С. 134-140.

УДК 338.46(083.7)(045)

ЗНАЧЕНИЕ СТАНДАРТОВ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Файрузова Ю.Р.

Удмуртский государственный университет

VALUE OF STANDARDS IN THE CONTROL SYSTEM OF QUALITY OF SERVICES IN HOTEL BUSINESS

Fayruzova Y.R.

Udmurt State University

Аннотация: Данная статья посвящена гостиничному бизнесу, который за последнее время превратился в мощнейшую индустрию потребительских услуг. Миллионы профессионалов трудятся над созданием всего самого наилучшего для потребителей данной сферы. В статье рассматриваются основные вопросы качества услуг гостеприимства и значения стандартов, которые являются одним из важнейших моментов повышения конкурентоспособности на рынке. Также публикация рассматривает мировой пример «Международного стандарта качества– TQM», его концепции, принципы и необходимость внедрения данного стандарта в гостиничную индустрию.

Abstract: This article is dedicated to the hotel business, which has recently become a powerful industry of consumer services. Millions of professionals are working on creating the very best for consumers in this field. The article discusses the main issues of quality hospitality services and value standards, which are one of the most important moments of increasing competitiveness in the market. Also, the publication considers the world an example of “ISO TQM”, its concepts, principles and the need for the introduction of this standard in the hotel industry.

Ключевые слова: Услуги, гостиничный бизнес, качество услуг, стандарты поведения, международный стандарт качества (TQM).

Key words: Services, Hospitality, quality of service, standards of behavior, an international quality standard (TQM).

Гостеприимство – это одно из фундаментальных понятий человеческой цивилизации, по мере развития которой оказание гостиничных услуг людям, которые оказались по тем или иным причинам вне дома, превращалось в профессию для всё большего количества людей, пока не переросло в подлинную индустрию.

Во многих странах гостиничные услуги – одна из важнейших отраслей экономики, которая каждый год поставляет товары и услуги сотни миллиардов долларов [1].

За последние четверть века индустрия гостиничного бизнеса изменилась до неузнаваемости. Сегодня для этой сферы деятельности существуют огромные возможности, как для успеха, так и для неудач. Современное общество, потребляя услуги в сфере гостеприимства, требуют для себя обслуживание на высшем уровне. Перед руководителем предприятия появляются новые задачи по разработке и поддержанию конкурентоспособности гостиничной индустрии, а также появляется острая необходимость в разработки новых стандартов в системе управления качеством услуг.

Также в условиях современной рыночной экономики предприятия гостиничной индустрии конкурируют между собой за привлечение инвестиций, поэтому они весьма заинтересованы в повышении рейтинга своего предприятия, улучшении имиджа, а также увеличении привлекательности. Исходя из вышесказанного, качество предоставляемых услуг играет важную роль не только в привлечении туристов, но и является важным моментом в повышении рейтинга средства размещения.

Качество обслуживания рассматривается как важная сфера деятельности. Ряд специалистов полагают, что управление качеством представляет собой действие, которое контролируется организацией, направленное на соответствие качества к установленным стандартам. Также, следует отметить, что появилась тесная связь понятий качества и ценностей, где под ценностями надо понимать определенную потребительскую значимость услуг. В этом случае предполагается высоко оценивать качественные услуги, но следует учесть, что не всегда высоко оцененные услуги становятся в полной мере качественными.

В некоторых случаях качество ассоциируют с улучшенным комфортом, роскошью или услугами класса LUX. Такой подход не следует считать правильным, так как можно получить качественные услуги за умеренную цену и не получить за очень высокую. Следует обратить внимание, что качество услуги – это ее содержание, а также форма предоставления.

Таким образом, качество – это, прежде всего чувство удовлетворенности клиента от обслуживания, а качественная услуга – это услуга, которая отвечает потребностям гостя.

Так же, уровень качества зависит от степени совпадения представлений клиента о реальном и желаемом обслуживании на предприятиях гостеприимства [2].

В настоящее время увеличивается роль управления качеством в системах управления. Это объясняется тем что:

- качество является одной из наиболее весомой составляющей конкурентоспособности.
- систематизированное управление качеством дает гарантии безопасности и экологичности продукта.
- специфика сложившихся взаимоотношений между производителем и заказчиком услуг включает в себя обязательную оценку существующей у поставщика системы управления качеством, что является для заказчика гарантией стабильности качества предоставляемых товаров и услуг.

Формирование стратегии управления качеством в сфере услуг основывается на стандартизации. Стандартизация – это процесс подтверждения объекта стандартизации требованиям стандарта [2].

В современных условиях, осознавая исключительное значение качеству обслуживания, много гостиниц разрабатывают и принимают в своих структурах корпоративные, профессиональные и деловые стандарты поведения. Однако без предварительной подготовки и создание механизмов, обеспечивающих полезное воздействие на персонал, в некоторых случаях вместо полезного эффекта от их внедрения получают новые проблемы. Для того чтобы избежать эти проблемы следует придерживаться некоторых рекомендаций:

- В первую очередь, стандарты поведения сотрудников на работе должны быть адекватными и осуществимыми, исходя из профессиональных навыков сотрудников. Иначе эти документы будут восприняты лишь как формальность, и не будут выполнимы.
- Во-вторых, в стандарты поведения необходимо ввести уже общепринятые правила этикета и поведения, которые помогают регулировать отношения в отеле в целом уже не первый год. Такими правилами могут быть: честность, отзывчивость, ответственность.
- В-третьих, отели должны следить за извещениями в стандартах поведения, которые меняются с условиями нынешней жизни, и стараться регулировать, дорабатывать и обновлять имеющиеся механизмы.
- В-четвертых, содержание внутреннего стандарта поведения должен излагаться доступно, вызвать доверие и стремление следовать им, а также не иметь юридический характер.

Если отели будут применять международный опыт обеспечения качества услуг, то смогут приблизиться к международным стандартам обслуживания. Но прямое и необдуманное использование зарубежного опыта не может быть полностью положительным, необходимо учитывать национальный менталитет каждого региона, культуру общения, сформированные стандарты качества жизни и прочих особенностей.

Однако необходимо широко и творчески использовать прогрессивный мировой опыт. Одним из примеров своей состоятельности показала комплексная система «всеобщего управления качеством – TQM, разработанная американским специалистом Демингом. TQM (Total Quality Management) – это система действий, направленных на удовлетворение потребителей, рост возможностей персонала, более высокие долгосрочные доходы и меньшие затраты.

Эта концепция базируется на двух основных принципах:

- 1) расходы на предотвращение чего-либо всегда меньше, чем стоимость средств, израсходованных на исправление допущенных ошибок;
- 2) высокое качество работы достигается только тогда, когда основные усилия направлены на удовлетворение запросов туриста [3].

Выделим следующие характеристики, которые необходимо ввести в нормативные документы гостиничных заведений:

- гигиенические характеристики;
- временные характеристики (время ожидания и предоставления услуги, время технологического цикла);
- организационные характеристики (штат сотрудников, система организационного контроля);
- личностные характеристики персонала (компетентность, опыт, коммуникабельность);
- комплексные характеристики (эстетика предоставления гостиничных продуктов, частота контактов, комфортабельность).

Таким образом, можно отметить, что при внедрении существующего международного стандарта качества TQM в гостиничную индустрию существенно улучшится качество предоставления услуг. Так же важным фактором для увеличения качества обслуживания будет служить улучшение профессиональных навыков сотрудников, таких как компетентность и внимательность по отношению к гостям и к сотрудникам, и, несомненно, доброжелательность и улыбка.

Несомненно, данная тема очень актуальна для сферы гостиничной индустрии. Перспективы дальнейших исследований в рамках данной темы будут включать рассмотрение иных международных стандартов качества, анализ эффективности управления качеством услуг гостиничного бизнеса на примере и методику разработки новых систем управления качеством услуг в гостиничном бизнесе.

Список использованных источников

- 1) Артемова Е.Н., Козлова В.А. Основы гостеприимства и туризма Учебное пособие. – Орёл: ОрёлГТУ, 2005. – 104 с.
- 2) Джанджугазова Е.А., Маркетинг в индустрии гостеприимства Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 224 с.
- 3) Тимошенко З.И., Муних Г.Б., Дышлевой В.П. Маркетинг гостинично-ресторанного бизнеса. – Учеб. пособие. – К.: Изд-во Европ. ун-та, 2007. – 246 с.

УДК 379.843:398(470.51)(045)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРПРОДУКТА НА ПРИМЕРЕ ТУРА «В ГОСТИ К БАБЕ ЯГЕ»

Акатьева Л.В.

Удмуртский государственный университет

Семакина А.В.

Удмуртский государственный университет

ACTUAL PROBLEMS OF IMPROVING REGIONAL TOURIST PRODUCT BY EXAMPLE OF TOUR "VISIT TO BABA YAGA"

Akateva L.V.

Udmurt State University

Semakina A.V.

Udmurt State University

Аннотация: В статье дается обоснование необходимости внедрения инноваций в деятельность туристских предприятий, приводятся результаты исследования удовлетворенности клиентов программой тура «В гости к Бабе Яге» (Граховский район УР), предлагаются рекомендации по его совершенствованию.

Abstract: The article contains the rationale for the introduction of innovations in the activities of tourist enterprises. There are results of a study of customer satisfaction program of tour "visit to Baba Yaga" (Grakhovsky district, Udmurt Republic), recommendations for its improvement.

Ключевые слова: региональный туризм, региональный турпродукт, совершенствование турпродукта, Граховский район, тур «В гости к Бабе Яге».

Key words: regional tourism, regional tourist product, improving of tourist products, Grakhovsky district, tour «Visit to Baba Yaga».

Развитие туризма, проявляющееся в его тесной взаимозависимости практически со всеми сферами жизнедеятельности, позволяет использовать его в качестве действенного инструмента стимулирования социально-экономического роста на региональном уровне. В стране в настоящее время в целом постепенно формируется понимание туризма как сферы экономики, обладающей существенным значением для развития регионов. Однако региональный туризм испытывает ряд серьезных проблем: слаборазвитая инфраструктура, высокая степень износа основных фондов, низкое качество предоставляемых услуг – далеко не исчерпывающий их перечень. Для уменьшения влияния обозначенных негативных факторов необходимо искать пути развития и совершенствования туристской отрасли в целом, внедрять инновации в бизнес-деятельность отдельных ее субъектов, модернизировать туристский продукт.

Региональный рынок туристских услуг следует рассматривать как специфическую деятельность по производству и потреблению туристских услуг, осуществляемую в пределах территории региона. Региональный турпродукт необходимо совершенствовать и развивать с целью повышения конкурентных преимуществ, как региона в целом, так и реализующих его туристских организаций. Специфика туристского продукта связана со спецификой туристского спроса, который не является однородным, в силу таких причин как несохраняемость и неосвязаемость, разнообразие потребителей туристских услуг, высокая значимость таких факторов как экология туристского региона, социальные факторы и др. Обычно туристские ожидания также связаны с высоким уровнем сервиса и разумным соотношением цены и качества. Создание туристского продукта составляет основу профессионального мастерства сотрудников любой туроператорской фирмы и отличает туроператора от остальных участников туристской индустрии.

Для туристского бизнеса необходимо активное внедрение инноваций, так как туристский рынок – рынок нестабильный, поддающийся влиянию различных изменений извне. В современных условиях турфирмы должны уметь своевременно реагировать на изменения в различных областях, в том числе смежных с туризмом, обладать способностью к улучшению результатов деятельности. Кроме того, в условиях быстро меняющегося рынка наблюдается постоянная потребность диверсификации и обновления туристского продукта, что также влечет за собой необходимость готовности и умения специалистов в области туризма к приобретению дополнительных профессиональных компетенций, постоянного профессионально-личностного роста.

Главная цель турфирмы – выжить в условиях конкуренции, привлечь максимальное количество потребителей. Какими бы высокими потребительскими свойствами не обладал турпродукт он вытесняется другими, более совершенными. Совершенствование турпродукта позволит более гибко реагировать на изменение спроса и удовлетворенность клиентов турфирм, даст возможность обеспечить турпродукту стабильное существование на рынке. Таким образом, инновация становится неотъемлемым компонентом деятельности туристского предприятия.

Цель данного исследования – оценка удовлетворенности клиентов действующим туром «В гости к Бабе Яге» (Граховский район УР) и разработка рекомендаций по его совершенствованию.

Граховский район расположен в юго-западной части Удмуртской Республики. Граничит на западе, севере и востоке – с Кизнерским, Можгинским и Алнашским районами соответственно, на юге, юго-западе – с Республикой Татарстан – Менделеевским и Елабужским районами. Расстояние от районного центра с. Грахово до городов: г. Ижевск – 174 км, г. Можга – 78 км, г. Менделеевск – 40 км, г. Елабуга – 50 км, г. Набережные Челны – 70 км, свободно-экономической зоны «Алабуга» – 35 км. До ближайшей железнодорожной станции пос. Кизнер 45 км. Общая площадь территории 970 кв. км, том числе: сельхозугодий – 578 кв. км, лесов – 352 кв. км. Район расположен в зоне лесостепи. На территории района на 01.01.2015 года проживает 9,597 тыс. человек, из них в трудоспособном возрасте 4,9 тыс. человек. В районном центре с. Грахово проживает 3683 человек. Граховский район принято называть уникальной окраиной Удмуртской Республики по национальному составу населения. На его территории проживают компактно и в смешении русские, удмурты, марийцы, кряшены и чувашы. Национальный состав: русские – 42,3%, удмурты – 36,6%, марийцы – 10,9%, кряшены – 6,1%, чувашы – 3%. В состав района входит 41 населенный пункт [1].

Именно здесь, в деревне Котловка, 12 апреля 2013 года, зарегистрировано учреждение «Художественно-этнографический комплекс «Сказочная резиденция Бабы Яги» при Муниципальном образовании «Котловское» Граховского района. 4 июня 2013 года начало работу Муниципальное автономное учреждение культуры «Сказочная резиденция Бабы Яги». Основными задачами которого являются приобщение населения к творчеству, духовному и культурному развитию, искусству и ремеслам, максимальное

удовлетворение социально-культурных потребностей различных категорий населения, совершенствование их досуговой деятельности. Основным видом деятельности является проведение театрализованных представлений. Теперь у каждого желающего есть возможность побывать в сказке и повстречаться с настоящими сказочными героями – Бабой Ягой, Лешим и другими.

На сегодняшний день многие крупные компании – туроператоры города Ижевска предлагают тур к Бабе Яге: каждый год реализуются 3-4 тематические программы. Объектом анализа в рамках данного исследования была выбрана программа турфирмы «Зима-Лето» [3]. Исследование носило комплексный характер, и включало в себя анализ отзывов туристов в социальных сетях, а также анкетный опрос клиентов турфирмы, количественный и качественный анализ его результатов.

Большинство отзывов на официальном сайте Резиденции содержат слова благодарности и описание впечатления от программы. Основная неудовлетворенность гостей, посетивших Резиденцию, которая выделяется большинством – плохое состояние дорог до села Грахово и до деревни Котловка. Также отмечается неудовлетворенность стоимостью программы, отсутствием системы скидок, недостаточностью дополнительных услуг. Дополнительно следует отметить, что оснащенность и дизайн самого сайта оставляют желать лучшего, их информативность недостаточна [2].

Опрос, проведенный среди туристов турфирмы «Зима-Лето», которые посетили Резиденцию Бабы Яги, показал следующие результаты. Выборка составила 37 человек. Возраст респондентов до 25 лет – 28%; до 30 лет – 33%; до 40 лет – 32%; до 50 лет – 7%. Как видно у старшего поколения данное предложение не востребовано. Возможно, это объясняется объективными трудностями транспортировки (неудовлетворительное состояние дороги до села Грахово и деревни Котловки отметили 73% респондентов) не способствует спросу на данный турпродукт у возрастных туристов. Характеризуя выборку, отметим, что 61% предпочитают активный отдых. Большинство респондентов (53%) посетили Резиденцию зимой; 40% – весной; 7% – осенью. Как видно, совершенно не задействован летний сезон.

100% туристов, посетивших Резиденцию, в целом дали высокую оценку программе тура. Однако большинство респондентов (62%) ответили на вопрос о необходимости модернизации программы утвердительно. Многие согласились с тем, что нужно добавить мастер-классы в программу, разнообразить ее иным способом. 38% респондентов полностью удовлетворены программой и не видят необходимости изменений в ней.

Большинство (76%) оценило работу артистов на «отлично», 24% оценили на «хорошо». Причины отдельных негативных оценок – задержка начала программы.

Питание в программе тура является его важным компонентом. Все гости, кто обедал в кафе «Горница», довольны питанием, респондентам, чье питание было организовано в столовой центра с. Грахово, не понравилась еда.

На вопрос о повторной поездке и ее продолжительности 14% респондентов ответили, что поехали бы в с. Грахово снова и уже с ночевкой, 32% – на целый день, 54% респондентов ответили, что повторно не поедут. Высокий процент гостей Резиденции не пожелавших совершить повторную поездку это крайне тревожный симптом, свидетельствующий о необходимости совершенствования реализуемой программы с целью формирования заинтересованности повторных посещений.

При выборе тура главным критерием считают: информацию, полученную от менеджера турфирмы – 27% респондентов; информацию с сайта и отзывы в Интернете – 46%; оценки и мнение знакомых – 23%, остальные предпочитают другие источники. Как видно, особую роль в информировании потенциальных клиентов играют интернет-коммуникации.

На основе оценки отзывов в Интернет и ответов респондентов в ходе опроса можно выделить ключевые проблемы, связанные с недостаточной удовлетворенностью клиентов туром «В гости к Бабе Яге»:

1. Неудовлетворительное состояние дорог до села Грахово и деревни Котловки;
2. Однообразие программы, что не вызывает потребности повторного посещения;
3. Устаревший сайт Резиденции, его недостаточное администрирование;
4. Недостаточность предприятий питания (остро ощущается потребность во втором кафе у Резиденции), необходимость повышения качества услуг в действующих предприятиях общественного питания.

Исходя из обозначенных проблем, наиболее вероятны, в плане их оперативного решения, 2-я и 3-я. В качестве рекомендаций по модернизации тура и минимизации негативного влияния выделенных проблем нами предложено:

- в целях решения проблемы однообразия программы, не учитывающей, в том числе такой важный фактор как сезонность, предлагаем сформировать три программы – «Зима», «Весна» и «Лето»;
- включить новые мастер-классы (фигурки-обереги, роспись, кукла Веснянка), востребованным, на наш взгляд, будет мастер-класс по приготовлению и дегустации национальных блюд;
- включить в программы туров экскурсию по деревне и знакомство с бытом удмуртов с элементами агро- и этнотуризма;
- организовать работу контактного зоопарка;
- обновить и улучшить администрирование официального сайта Резиденции. Например, на главной странице убрать поле «Контакты» поместить его в пункт «О нас», добавить поле «Программа» и разместить всю информацию по программе, а также стоимость и указать льготы и скидки. В конце и вверху страницы необходимо дополнительно указать контакты;
- проводить постоянный мониторинг отзывов и предложений, оперативно реагируя на них. С 2013 года тур «В гости к Бабе Яге» приобрел известность не только в Удмуртской Республике, но и в других регионах. Необходимо поддерживать сложившийся, в целом позитивный имидж, используя различный ПР-инструментарий.

Таким образом, туристский потенциал региона – это способность имеющихся на территории региона туристских ресурсов привлекать внимание туристов и обеспечивать максимально полное удовлетворение их потребностей во время путешествия. Развитие индустрии туризма определяется не только платежеспособным спросом населения, но и тщательно продуманными предложениями соответствующих услуг, обеспечивающих регулярное поступление доходов в эту подверженную сезонным колебаниям сферу предпринимательской деятельности. Необходим инновационный подход к рекреационно-туристскому комплексу как к стратегически приоритетному сектору экономики, способному давать значительный мультипликативный эффект нашему государству и его отдельным регионам, что позволит решить текущие проблемы субъектов РФ, а также способствовать их поступательному развитию.

Список использованных источников

1. www.grahovo.udmurt.ru – сайт администрации Граховского района.
2. www.babayaga-udm.ru – официальный сайт Резиденции Бабы Яги.
3. www.zimaletotur.ru – сайт турфирмы «Зима-Лето».

РАЗДЕЛ 3

ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА ТЕРРИТОРИЙ

УДК 379.851(470)(045)

ПРОДВИЖЕНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА «RUSSIAN EVENT AWARDS»

Баталов А.К.

Удмуртский государственный университет

EVENT TOURISM PROMOTION BY THE EXAMPLE OF NATIONAL TOURISM AWARD “RUSSIAN EVENT AWARDS”

Batalov A.K.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы продвижения событийного туризма на примере национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards». Национальная премия рассматривается как инструмент по выявлению наиболее успешных проектов в области событийного туризма, их продвижению, и по формированию заинтересованного отношения к этим проектам и событиям со стороны органов власти и широкой общественности. Раскрыто понятие событийного туризма, выявлены цели и задачи национальной премии, исследована структура и организация «Russian Event Awards». Для продвижения и популяризации событийного туризма Удмуртская Республика принимает участие в национальной премии «Russian Event Awards». Рассмотрены конкретные примеры фестивалей: «Всемирный день пельменя» и Батырские игры «Идна – Батыр». Национальная премия в области событийного туризма «Russian Event Awards» способствует популяризации направления «событийный туризм» и улучшению его инвестиционной привлекательности, а также развитию и продвижению территории.

Abstract: The article discusses issues of event tourism promotion, based on the example of national tourism award “Russian Event Awards”. The national award is considered as a tool to identify the most successful projects in the field of event tourism and its progress. Moreover national tourism award helps forming positive image towards tourism projects and events among authorities and citizens. The concept of event tourism, goals and objectives of the national award, the structure and organization of “Russian Event Awards” are all identified. The Udmurt Republic is taking part in the national award “Russian Event Awards” to promote event tourism on its territory. The article give specific examples of such festivals: “national dumpling day” and Batyrskaya games “Idna – Batyr”. National event tourism award “Russian Event Awards” promotes “event tourism” course and improves its investment attractiveness, as well as development and promotion of the territory.

Ключевые слова: событийный туризм, национальная премия «Russian Event Awards».

Key words: event tourism, national tourism award “Russian Event Awards”.

Национальная премия в области событийного туризма «Russian Event Awards» учреждена как отраслевая награда, присуждаемая по итогам открытого конкурса проектов за достижения в области развития отечественного событийного туризма. Под событийным туризмом понимается туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большие массы соотечественников и туристов из зарубежных стран. Событийный туризм включает в себя ряд мероприятий культурного, спортивного, исторического, этнографического и делового характера.

Целями премии является организация и проведение открытого конкурса проектов на соискание Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards», как инструмента по выявлению наиболее успешных проектов в области событийного туризма, их продвижению, и по формированию заинтересованного отношения к этим проектам и событиям со стороны органов власти и широкой общественности, а также создание информационной и коммуникационной площадок для обмена опытом и организации взаимодействия всех заинтересованных лиц и организаций в сфере развития событийного туризма на территории регионов и страны, и как инструмента для развития и продвижения территорий.

Национальная премия в области событийного туризма «Russian Event Awards» способствует популяризации направления «событийный туризм» и улучшению его инвестиционной привлекательности; содействует в формировании правового и экономического пространства для успешной реализации проектов в области событийного туризма; формирует информационную и коммуникационную площадки для обмена опытом и организации сотрудничества всех заинтересованных лиц и организаций в сфере развития событийного туризма на территории страны; развивает индустрию event-технологий и укрепляет связи между российскими участниками event-рынка; способствует созданию единой информационной базы наиболее интересных проектов в сфере событийного туризма с рекламой их возможностей; содействует в создании единого общенационального событийного календаря; продвигает сферу событийного туризма и укрепляет связи между российскими участниками отечественной сферы событийного туризма.

«Russian Event Awards» привлекает к участию в конкурсе как можно большее число проектов сферы событийного туризма из как можно большего количества территорий страны; разрабатывает и реализует комплекс взаимосвязанных коммуникационных мероприятий, направленных на популяризацию премии, как профессионального конкурса, так и коммуникационной площадки; содействует внедрению механизма частно-государственного партнерства в сфере событийного туризма.

Национальная премия «Russian Event Awards» включает в себя следующие официальные номинации: лучшее туристическое событие в области культуры (фестивали, конкурсы, концерты, карнавалы, спектакли); лучшее туристическое событие в области спорта (соревнования, спортивные слеты, фестивали экстремальных видов спорта); лучшее туристическое событие исторической направленности (исторические реконструкции и фестивали, посвященные историческим датам и событиям); лучшее туристическое событие по популяризации народных традиций и промыслов (выставки декоративно-прикладного творчества, концерты, фестивали этнокультурные и фольклорные); лучшее туристическое событие деловой направленности (конференции, форумы, выставки и т.д., направленные на популяризацию и развитие делового туризма); лучшее туристическое событие в области гастрономического туризма (гастрономические и кулинарные шоу, фестивали, выставки, дегустации); лучшее молодежное туристическое событие (форумы, выставки, фестивали для молодежи); лучшее детское туристическое событие (фестивали, конкурсы, праздники для детей); лучшая идея туристического события (рассматриваются проекты находящиеся на стадии проектирования); лучшая площадка для проведения туристического события – (подноминации: музейно-выставочные комплексы; природно-рекреационные зоны; средства размещения); лучший туристско-информационный центр (подноминации: региональный ТИЦ; муниципальный ТИЦ); за вклад в развитие событийного туризма (подноминации: глава региона; глава муниципального образования; представитель отечественной туристической индустрии; представитель бизнес-сообщества).

Также существуют специальные номинации, которые могут меняться. Так, в 2016 году специальными номинациями объявлены: «Лучшее туристическое событие, посвященное Году Кино», «Лучшее событие в области популяризации событийного

туризма» (специализированные мероприятия (форумы, конференции, круглые столы, дискуссионные площадки, направленные на развитие событийного туризма как индустрии) и специальная номинация от Profi.travel: «За наиболее успешное взаимодействие с туристическим бизнесом».

К участию в конкурсе приглашаются организаторы событий различной направленности, как регионального, так и федерального уровня – авторы или авторские коллективы из числа государственных, коммерческих и некоммерческих организаций, реализовавшие проекты в области событийного туризма.

Национальная премия в области событийного туризма «Russian Event Awards» проводится при поддержке Федерального агентства по туризму Российской Федерации. Организационная структура Премии включает в себя проведение Региональных конкурсов и Финал Премии. Лучшие проекты Регионального конкурса получают право на участие в Финале Премии.

Данная премия, которая учреждена самими профессионалами, туристическим сообществом, пользуется успехом, набирая каждый год все больше участников. Проекты, ставшие лауреатами Национальной премии в области событийного туризма, включаются в Национальный событийный календарь, который формируется Ростуризмом. А сама Национальная премия входит в программу мероприятий «Visit Russia» [1].

I-ая Национальная премия в области событийного туризма «Russian Event Awards» состоялась в 2012 году в г.Воронеже, где подводились итоги по 8 номинациям. В 2013 году проходила II-ая Национальная премия по 11 номинациям, где было представлено 60 проектов. В 2014 году участниками конкурса на соискание Национальной премии «Russian Event Awards» стали 498 проектов из 196 населенных пунктов, представляющих 72 региона страны. Победителями и призерами 2014 года стали представители 26 регионов страны [2].

В 2015 году на соискание Премии поступило 688 проектов из 353 населенных пунктов, представляющих 69 регионов страны. Региональные этапы Национальной премии «Russian Event Awards» – 2015 прошли в Санкт-Петербурге, Владивостоке, Тольятти, Ярославле, Ростове-на-Дону. Финал премии прошел в Казани. В финале были представлены 104 лучших проекта из 36 регионов России.

Для продвижения и популяризации событийного туризма Удмуртская республика принимает активное участие в национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards». В 2013 году Всероссийский кулинарный фестиваль «От Китая до Пельняня» (п.Игра, Удмуртская республика) в номинации «Лучшая идея для развития событийного туризма» «Russian Event Awards» занял 3-е место. В 2015 году ежегодный фестиваль «Всемирный день пельменя» занял 2-ое место в номинации «Лучшее событие в области гастрономического туризма» «Russian Event Awards» [4].

В 2016 году в национальный календарь событийного туризма «Russian Event Awards» включены вторые Батырские игры, проводимые на территории историко-культурного музея-заповедника «Иднакар». Интерес к исторической реконструкции, живой истории и развитию событийного туризма подтолкнул к проведению Батырских игр.

15 августа 2015 года в городище «Иднакар» на горе Солдырь состоялись первые Батырские игры «Идна – Батыр 2015», а 13 августа 2016 года – вторые Батырские игры «Идна – Батыр 2016». В мероприятиях принимает участие Клуб исторической реконструкции «БЕРН», который проводит бои в ресталище и показательные «потешные» бои для всех желающих. В рамках Батырских игр на территории городища Иднакар организуются различные состязания и соревнования батыров, юниорский турнир стрелков из традиционного лука «Стрелы Идны». Одновременно на территории городища «Иднакар» проходит выставка «Батыр-кар – Богатырская крепость», которая рассказывает об Иднакаре, Утемкаре, Восьякаре, Гурьякаре и Селтакаре – городищах, жители которых соревновались между собой в дальности метания бревен, гирь и стрельбе из лука. В

течение Батырских проводятся мастер-классы, выступают музыкальные и танцевальные коллективы [3].

Благодаря Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» происходит активное продвижение и развитие событийного туризма в регионах страны. Премия способствует установлению прямых коммуникаций с профессиональными объединениями в сфере event, маркетинга, брендинга, туризма, региональными союзами развития туризма, региональными туристскими информационными центрами, с целью информирования о проекте как можно большего количества участников сферы событийного туризма и вовлечения их в реализацию проекта в качестве партнеров.

Список использованных источников

1. www.rea-awards.ru – официальный сайт Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards».
2. www.russiatourism.ru – официальный сайт Федерального агентства по туризму.
3. www.idnakar.org – официальный сайт историко-культурного музея-заповедника «Иднакар».
4. www.pelmenfest.ru – официальный сайт фестиваля «Всемирный день пельменя».

УДК [379.843:641]:004.4(045)

СОЗДАНИЕ КОНЦЕПЦИИ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ В СИСТЕМЕ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО И ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ПУТЕВОДИТЕЛЯ ПО ГОРОДУ МОСКВА

Гаврилова А.А.

Российский государственный университет туризма и сервиса

Тимова А.А.

Российский государственный университет туризма и сервиса

CREATION OF CONCEPT OF MOBILE APPLICATION IN SYSTEM OF DEVELOPMENT INBOUND AND DOMESTIC TOURISM BY THE EXAMPLE OF GASTRONOMIC CITY GUIDE MOSCOW

Gavrilova A.A.

Russian State University of Tourism and Service

Titova A.A.

Russian State University of Tourism and Service

Аннотация: В статье рассматривается предложенная авторами разработка концепции приложения для мобильного телефона, содержащего в себе гастрономический путеводитель по столице России.

Abstract: In the article the authors proposed the concept of the development of applications for mobile phone containing a gastronomic guide to the capital of Russia.

Ключевые слова: гастрономический тур, мобильное приложение, концепция, путеводитель.

Key words: gastronomic tour, a mobile application, a concept, a guide.

На данном этапе развития туризма путешественники интересуются не только достопримечательностями города или страны в целом, но и гастрономической

составляющей и ее особенностями в данном регионе. Чаще всего гастрономический тур заключается в осуществлении желания человека узнать местную кухню и опробовать ее. В качестве помощника для этого может выступить мобильное приложение, которое даст возможность путешественникам выбрать локацию для приема пищи в соответствии с их вкусами и запросами [1].

Данная работа направлена на разработку концепции мобильного приложения в качестве гастрономического путеводителя. В роли потребителей приложения выступают как туристы, приехавшие в город Москва, а также местные жители, интересующиеся гастрономической составляющей своего города. Объектом же выступает сама концепция мобильного приложения.

Основной идеей является возможность выбора кухни той страны, которую предпочитает турист. С помощью удобного меню приложения на 4 языках мира (русский, английский, французский, китайский) можно выбрать интересующую кухню, которая представлена на гастрономическом рынке Москвы (рис.1).

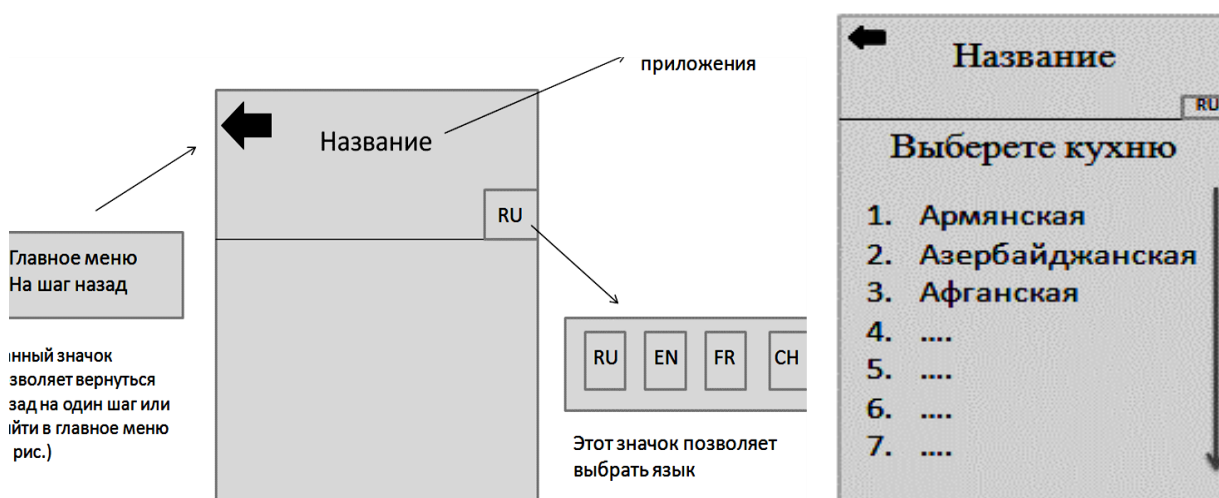


Рис. 1. Функциональный концепт стартового меню приложения

Затем на экране появится карта московского метро с указанием количества всех интересных заведений: ресторанов, кафе, закусочных и т.д. на определенных станциях. После нажатия на одно из мест пользователь сможет подробнее изучить предприятие питания (рис. 2).

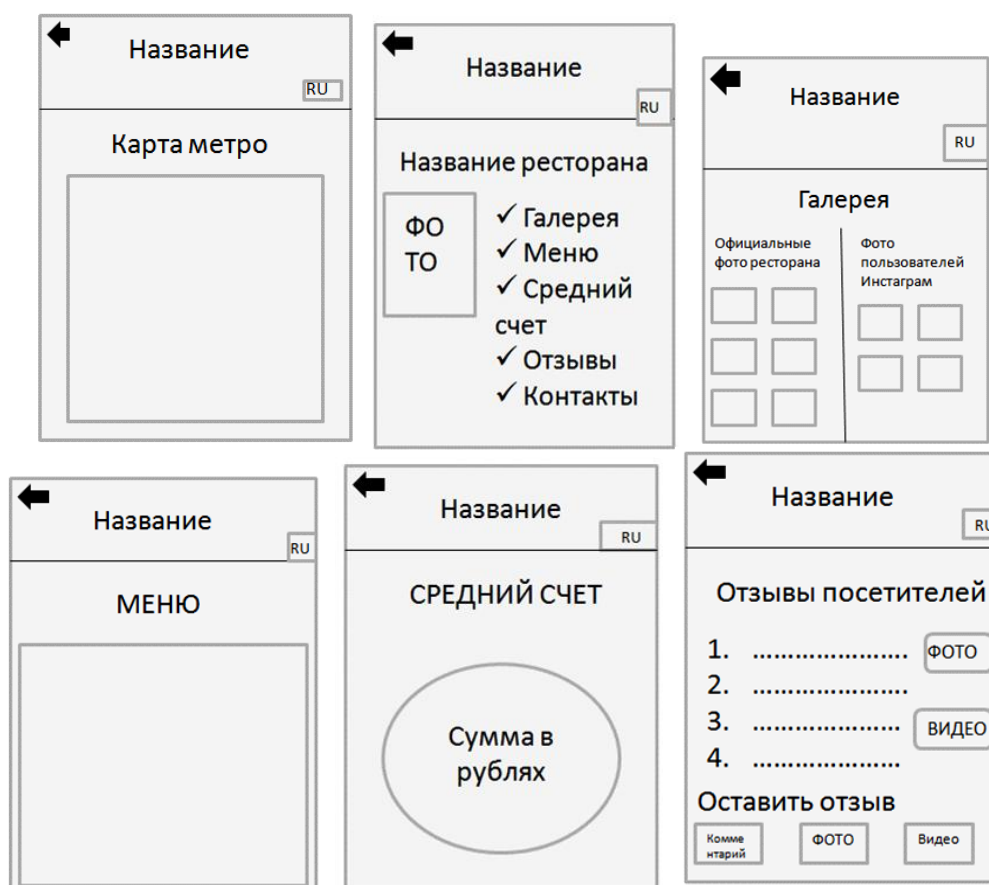


Рис. 2. Функциональный концепт карты-схемы и презентации аттракций в приложении

В данном разделе пользователь сможет:

- просмотреть фото галерею, а именно сможет оценить обстановку заведения, увидеть фотогалерею приготовленных блюд и почитать комментарии пользователей «Инстаграм»;
- ознакомиться с полным меню ресторана, а также с акциями, которые проходят в данный период времени;
- узнать средний счет заведения;
- прочитать имеющиеся отзывы или оставить свой (в виде комментария, фотографий или видео);
- посмотреть контакты, среди которых можно найти схему проезда.

Учитывая большое количество и разнообразие заведений питания в городе Москва, можно догадаться, что в информационной сфере также присутствует конкуренция. А значит, приложение, о котором идет речь в данной статье не является единственным в своем роде. Например, интернет-порталы allcafe [2] и menu.ru [3] предлагают пользователям огромный выбор кафе и ресторанов. Отличие нашей идеи состоит в том, что в приложении есть возможность выбора определенной кухни мира, в то время как на порталах выбор происходит по месту, а затем можно узнать, кухни каких стран представлены в заведении. Также стоит отметить, что портал не является приложением, а это затруднит поиск, на который потребуется больше времени. Похожими, но не идентичными ресурсами поиска являются приложения ToМесто [4] и Dealy [5]. Концепция нашего приложения направлена только на город Москва с подробным описанием заведений. В то время как указанные выше ресурсы имеют перечень других городов, но опять же без схемы метро и подробной характеристики объектов туристского интереса.

Результатом исследования выступила начальная модель концепции приложения, которое будет полезно всем истинным гурманам. Необходимо отметить, что разработка проекта не является законченной версией, а значит нельзя говорить о каком-либо дизайне приложения на данном этапе. Таким образом, концепция данного мобильного приложения сможет стать основой и началом для реализации масштабного проекта по систематизации гастрономической базы города Москва и её удобной репрезентации для посетителей и хозяев города.

Список использованных источников

1. Саранча М.А. Из размышлений о развитии туристских систем // Вестник ассоциации ВУЗов туризма и сервиса. 2014. Том 8. №3. С. 103-110.
2. Allcafe. URL:<http://msk.allcafe.ru/restaurants#> (дата обращения: 18.09.2016).
3. Menu.ru. URL:<http://menu.ru/> (дата обращения: 18.09.2016).
4. ToМесто. URL:<https://tomento.ru/> (дата обращения: 18.09.2016).
5. Dealy. URL:<https://getdealy.ru/> (дата обращения: 18.09.2016).

УДК 338.48(470.51)(045)

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННЫХ МАРШРУТОВ И ПРОГРАММ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Голубева О.А.

Удмуртский государственный университет

PROBLEMS AND PROSPECTS OF FORMATION AND PROMOTION OF TOURIST ROUTES AND PROGRAMS OF THE UDMURT REPUBLIC

Golubeva O.A.

Udmurt State University

Аннотация: Статья посвящена исследованию проблем и перспектив формирования и продвижения туристско-экскурсионных маршрутов и программ Удмуртской Республики.

На сегодняшний день Удмуртская Республика обладает впечатляющим и абсолютно конкурентоспособным туристическим потенциалом. Появляется понимание того, что туризм необходимо развивать таким образом, чтобы он был ориентирован не только на внутренний, но и на внешний рынок. В статье рассматриваются культурные и природные ресурсы, которые могут стать отличной приманкой для туристов, а также активно используются при формировании туристско-экскурсионных маршрутов. Благодаря наличию таких антропогенных ресурсов, практически в каждом городе и районе Удмуртии существуют возможности для организации маршрутов и программ с различными тематиками. Однако на сегодняшний день туристско – рекреационный потенциал республики используется неэффективно в продвижении туристско-экскурсионных маршрутов и программ и этому благоприятствует ряд проблем. Изучив все антропогенные ресурсы, а также проблемы, которые мешают организации туристских маршрутов, был разработан комплекс инструментов и мер по развитию туристской маршрутной сети. Все разработанные меры по развитию туристско-экскурсионных маршрутов в республике разделены на блоки туристской сферы.

Abstract: The article investigates the problems and prospects of formation and promotion of tourist routes and programs of the Udmurt Republic.

Today Udmurtia has an impressive and absolutely competitive tourism potential. It appears understanding that tourism should be developed in such a way that it focuses not only on domestic but also on foreign markets. The article deals with the cultural and natural resources, which can be a great attraction for tourists, as well as widely used in the formation of tourist routes. Due to the presence of

man-made resources in virtually every town and district of Udmurtia there are opportunities for the organization of routes and programs with different themes. However, to date tourist – recreational potential of the country being used effectively in the promotion of tourist routes and programs, and this favors a number of problems. After reviewing all the man-made resources, as well as the problems that hinder the organization of tourist routes have been developed a set of tools and measures for the development of the tourist route network. All developed measures to develop tourist routes in the country are divided into blocks of tourist areas.

Ключевые слова: Удмуртская Республика, туристско-экскурсионные маршруты, туризм, туристские программы.

Key words: the Udmurt Republic, tourist and excursion routes, tourist programs, tourism.

Немаловажное значение для развития туризма играют антропогенные ресурсы. К антропогенным ресурсам относятся: археологические памятники, памятники истории, памятники архитектуры и градостроительства. Все эти ресурсы в той или иной степени представлены на территории Удмуртской Республики и активно используются для организации и проведения туристско-экскурсионных маршрутов и программ. Высоким потенциалом для развития туризма и организации туристских маршрутов различной направленности обладает г. Ижевск. Город является культурной столицей, в нем расположены ведущие музеи республики: музей М.Т. Калашникова, Национальный музей УР им. К. Герда, Выставочный центр Галерея и другие. В городе находится множество памятников культуры («Арсенал», монумент «400 лет вместе с Россией», главный корпус с часовой башней Ижевского оружейного завода), культовые сооружения республиканского значения: Собор Александра Невского, Мечеть, Свято-Троицкий собор, Свято-Михайловский собор [1].

Не менее значимыми городами для формирования туристских маршрутов являются Сарапул, Глазов, Воткинск.

Сарапул – бывший купеческий город, и, несмотря на довольно большой срок, прошедший с тех пор, центральная его часть так и остается именно старинным купеческим городом. Вся атмосфера его центральной части пропитана духом старины, о чем свидетельствуют и его многочисленные памятники архитектуры и истории [2]. В городе расположено 134 архитектурных памятника (дача купца П.А. Башенина, дом П.Ф. Корешева, Ансамбль жилой и торговой застройки протянувшийся от Красной площади до улицы Горького и т.п.), 16 памятников искусства, 25 памятников истории и 5 археологии [1]. Среди музеев можно выделить: Музей истории и культуры Среднего Прикамья, историко-биографический музей академика Н.В. Мельникова.

Город Глазов имеет радиально-кольцевую планировку улиц. В отличие от Сарапула архитектура г. Глазова представляет собой современную застройку.

В Воткинске насчитывается около 100 памятников, среди объектов культуры можно выделить: прежде всего, дом горного начальника (в котором в 1840 г. родился и прожил 8 лет П. И. Чайковский) – музей-усадьба П.И. Чайковского (аттракция международного и федерального значения), памятник П.И. Чайковского, Главный корпус железоделательного завода, являющийся символом города, памятник боевой ракете, памятник «Якорь», Благовещенский собор с чудотворной иконой (в котором крестили П. И. Чайковского), мечеть 19 века [3].

Следует подчеркнуть, что во всех исследованных городах существуют своеобразные символы – главные образформирующие элементы. Если в Воткинске это в основном то, что связано с заводом (плотина, заводской корпус, памятник-якорь) и музей-усадьба П.И. Чайковского, то в Ижевске – Александро-Невский собор, монумент «Дружба народов», здание Арсенала и др. Символ Сарапула, безусловно, – многочисленные памятники архитектуры и истории, а символ Глазова – планировка улиц и лучшая в Удмуртии по уровню архитектуры современная застройка [2].

На территории Удмуртской Республики в настоящее время два музея заповедного профиля – архитектурно-этнографический музей-заповедник «Лудорвай» (Завьяловский район УР) и историко-культурный музей-заповедник «Иднакар» (г. Глазов). Именно они весьма перспективны для развития здесь различных видов туризма. Это обусловлено наличием такого важного звена инфраструктуры как Кама. Сообщению способствуют также железнодорожная станция Сарапул Горьковской ж/д и наличие разветвленной сети дорог с твердым покрытием [4].

Наряду с объектами показа в городах Удмуртии, туристские ресурсы в той или иной степени представлены в районах республики. Многие районы, осознав роль внутреннего туризма, стремятся развивать туристскую индустрию, которая способствует социально-экономическому развитию районов, а также сохранению и рациональному использованию природно-рекреационного и культурно-исторического потенциала.

Так, Алнашский район богат на достопримечательности, в нем можно посетить и исторические, и природные интереснейшие объекты, и дома-музеи, и даже курорт. Об этом свидетельствует наличие четырех домов-музеев: дом-музей Ашальчи Оки в селе Алнаши; Дом-музей Красильникова в селе Алнаши; дом-музей Байтерякова в Варзи-Ятчах; музей Чернова в Дятлево. Особого внимания заслуживает санаторий федерального значения Варзи-Ятчи. Также на территории находятся природные достопримечательности: ручей-нерестилище ручьевой форели; Нижне-Сырьезское урочище, которое отличается разнообразием видов трав; Урочище Голышурма с которого видно место слияния Ижа с Камой, Башкирию и Татарстан, здесь растут цветы и травы, занесенные в Красную книгу, а со склонов холма текут родники. Среди памятников археологии можно выделить: «Кузубаевское-1». Памятники архитектуры представлены Свято-Троицким храмом в селе Алнаши, Свято-Никольским храмом в селе Варзи-Ятчи, Деревянной Вознесенской церковью в селе Ключевка, Деревянной мечетью в деревне Татарский Тоймобаш. В районе также находятся интересные исторические объекты: плотина Варзино-Алексеевского медного завода, и место, где некогда располагалась Арбайская бумажная фабрика. Исходя из наличия достаточно большого объема объектов показа, можно сделать вывод, что Алнашский район обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом, который способствует развитию культурно-познавательного и лечебно-оздоровительного туризма, а также организации туристско-экскурсионных маршрутов по данным направлениям.

Туристские ресурсы Воткинского района позволяют организовывать туристско-экскурсионные маршруты и программы религиозной тематики. Основные объекты показа: храм Вознесения Господня, Святой источник в честь иконы Тихвинской Божьей Матери, Успенский женский монастырь. В деревнях и селах района проводятся театрализованные экскурсии, а также мастер-классы где туристов учат рукодельничать вязать варежки, носочки, делать валенки и многое другое. Наиболее привлекательным объектом для туристов является Национальный парк «Нечкинский», который является природоохранным, эколого-просветительским и научно-исследовательским учреждением, территория которого включает природные и историко-культурные комплексы и объекты Среднего Прикамья, имеющие особую экологическую, историческую, эстетическую и рекреационную ценность, и которая предназначена для использования в природоохранных, просветительских, научно и культурных целях и для регулируемого туризма.

На территории Глазовского района преобладают объекты с познавательной направленностью, а именно: музей д. Кожиль, историко-краеведческий музей «Сепычкар», мечеть д. Тат-Парзи, Центр бесермянской культуры д. Отогурт, краеведческий музей «Истоки». Наличие памятников природы, дает возможность организации маршрутов с экологической тематикой: песчано-гравийный карьер, родник, с возможностью набрать родниковую воду. Особый интерес представляют 25 исторических памятников, принятых на государственную охрану. Среди них уникальный

археологический памятник IX-XIII веков Всероссийского значения – городище «Иднакар», являющийся средневековым центром чепецких земель. Кроме того, сквозь район проходит самая длинная дорога в мире и памятник истории пяти веков- Сибирский тракт.

Вавожский, Граховский, Дебёсский, Кезский, Кизнерский, Киясовский, Красногорский, Селтинский, Сюмсинский, Юкаменский и Ярский являются районами, которые имеют средний туристско-рекреационный потенциал, хотя при этом каждый из районов обладает своей индивидуальностью и может предложить туристам интересные программы.

Вавожский район примечателен знаменитыми земляками, уникальными храмами и сохранившейся до наших дней купеческой стариной. Территория прежде всего известна как место, где родился известный фольклорист, просветитель, поэт и писатель Чайников Кузьма Павлович (Кузубай Герд), которому посвящен дом-музей в с. Гурезь-Пудга. Недалеко от Гурезь-Пудги находятся памятники природы: вековая береза с растущей в развилке ее ствола березой (ее возраст около 20 лет) и засохшая ель, возраст которой по предположениям 740 лет. Среди культовых объектов стоит отметить уникальный для Удмуртии двухэтажный Свято-Никольский храм, построенный в середине XIX века. Из других архитектурных достопримечательностей сразу заметны купеческие дома Выгодчикова, Гагарина и Ожегова, которые расположены прямо напротив храма, которые составляют архитектурный ансамбль центра села. Другой известный храм находится в селе Водзимонье – Вознесения Господня.

Граховский район известен резиденцией Бабы Яги в д. Котловке. В рамках туристско-экскурсионной программы «В гостях у Бабы Яги», туристам предлагают экскурсию по сказочном залу, шоу Славянских барабанов, танцевальные развлечения с Бабой Ягой, песни и частушки от Бабы Яги, мастер-классы по декоративно-прикладному творчеству, выставка-продажа сувенирной продукции, также на территории резиденции есть гостиница и кафе. В Граховском районе родилась первая удмуртская поэтесса – Ашальчи Оки. В небольшом пришкольном музее в Кузубаево (сейчас эта деревня практически слилась с деревней Порым) можно увидеть семейное древо поэтессы и воспоминания о ней. Отметим, что Граховский район выделяется тем, что почти в каждой деревне есть музей. Из архитектурных памятников можно отметить: Христорождественскую церковь в селе Грахово, Церковь Илии Пророка в селе Новогорское, здание школы искусств в Грахово, купеческие особняки.

Дебёсский район знаменит своим музеем истории Сибирского тракта, расположенном в помещении казармы нижних чинов при Дебёсской этапной тюрьме. Достоин восхищения Великий Сибирский тракт. Именно в историческом селе Дебёсы сошлись 3 направления Государевой дороги – Северное, Южное и Восточное. Наиболее известен природный памятник района – гора Байгурезь (в переводе с удмуртского название звучит как «богатая гора»). Гора богата удивительно прекрасными видами, открывающимися с её вершины, своей природной красотой – неслучайно в конце 1970-х годов получила официальный статус природного памятника Удмуртии.

Кезский район знаменит тем, что здесь находится исток Камы, водопадами и русской стариной. На данном этапе основные объекты показа, в аспекте культурно-познавательного туризма, в районе связаны с Сибирским трактом (этапные помещения в с. Полом и д. Бани, здания волостной и почтовой управы, земской больницы в с. Полом). В с. Полом к объектам туристского интереса можно отнести куалу и связанные с ней языческие моления (сейчас объект не используется), поповский дом и фундамент церкви середины XVIII века, памятник Александру II, а также находящееся неподалеку загадочное «Чертово городище» [1]. На территории находится природный объект – Кездурские водопады. На Кезской земле родились и прославили ее выдающиеся поэты и художники – О.А. Поскребышев, В.К. Семакин, В.К. Верещагин, Н.А. Косолапов и многие другие. Самое памятное и почетное место в пос. Кез – мемориал «Память», посвященный

героям и погибшим в годы Великой Отечественной войны. Здесь проходят торжественные мероприятия, посвященные праздничным датам.

Кизнерский район не так богат туристскими ресурсами. Все имеющиеся имеют скорее районное значение. Для организации лечебно-оздоровительного туризма в районе расположена Кизнерская республиканская больница восстановительного типа, где есть многочисленные минеральные источники лечебной воды, действенные по составу и воздействию лечебные грязи и необычайно благоприятный климат для любого организма. Территория интересна урочищем «Крымская слудка», Кизнерским краеведческим музеем, памятниками истории (в селе Короленко примечателен дом, в котором останавливался русский писатель В.Г. Короленко во время Мултанского дела и памятник ему, памятник на братской могиле красноармейцев, дом в пос. Кизнер, в котором в 1941-42 гг. останавливался маршал Советского Союза К.Е. Ворошилов). Архитектурные достопримечательности района представлены: Успенско-Богородицкой церковью в селе Короленко и Свято-Троицкой церковью в с. Бемыж. Памятники природы: «Кедры Пандерские» в деревне Старая Пандерка, родник «Бизек» в пос. Кизнер, родник «Живой ключ» в селе Короленко.

В Киясовском районе есть исторические, этнокультурные достопримечательности и православные святыни. Наиболее известным туристическим объектом в районе является центр удмуртской культуры «Удмуртская изба» в деревне Карамас-Пельга, там знакомят гостей со старинными обычаями и традициями удмуртов. Встречает всех песнями ансамбль «Инвожо». В районе есть гидрологический памятник природы и одновременно православная святыня – святой ключ Флора и Лавра. Культовым объектом является Свято-Никольский храм начала XIX века в селе Данилово, открыт музей художника-баталиста Петра Александровича Кривоногова.

Красногорский район интересен в первую очередь уникальными по своему биоразнообразию природными комплексами (заказниками). В пределах территории Андреевского соснового бора встречается множество редких и исчезающих растений, 9 из них занесены в Красную книгу Удмуртии, а также представители животного мира – птицы: клинтух, луговой линь, сокол-сапсан. Кокманский ботанический заказник богат сосновыми лесами, также широко представлены и верховые болота. Здесь произрастают 52 редких для Удмуртии растений, 22 вида из них включены в Красную книгу Удмуртии.

Среди достопримечательностей также следует отметить храм Покрова Пресвятой Богородицы в с. Красногорское, также узнать об истории района можно, посетив краеведческий музей, в котором представлены материалы о традициях, природе Красногорья.

На территории Селтинского района находится исключительный памятник архитектуры, расположенный на Сибирском тракте – Храм Вознесения Господня в с. Узи, построенный по проекту С.Е. Дудина, разработанного на основании итальянских зодчих был открыт в 1826 году. В с. Селты сохранилось несколько бывших зданий купеческих особняков, образцы пышной пропильной резьбы конца XIX века. В районе проходят 2 туристско-экскурсионных маршрута «Едем к лайкам» и «По следам Чуда-Юда или новые приключения Варвары-Красы». Оба маршрута имеют развлекательную тематику.

Сюмсинский район богат природными достопримечательностями: недалеко от деревни Русская Бабья находятся бабьинские горы, рядом с деревней Кильмезь есть роща из мачтовых сосен, в деревне Васькино есть остатки усадьбы Абашева – сад, который украшен современными скульптурами. Интерес представляют следующие объекты: старинная Сретенская церковь и мемориальный комплекс «Никто не забыт, ничто не забыто», краеведческий музей, музейно-выставочный центр, памятник Радищеву, который проезжал через село, когда направлялся в ссылку. Благодаря наличию в районе лесов, заказников, существуют возможности для охоты и рыболовства.

В Юкаменском районе имеется 31 памятник культуры, в том числе 15 археологии, 15 истории и монументального искусства, 1 архитектуры. Достопримечательностью села

Юкаменское являются старинные здания. В центре стоит памятник архитектуры деревянного зодчества республиканского значения – бывший дом священника Федора Алексеевича Тукмачева, построенный еще в XIX веке в 1876 году. В настоящее время здесь размещается музей народного искусства. Среди памятников культуры заслуживают внимания культовые объекты: восстановленный храм Трех Святителей в с. Ежево, Иоанно-Предтеченская церковь с. Пышкет, храм Святой Троицы в с. Юкаменское, усадьбы в селах Ляпино, Камки, Ежево, кузницу с. Шамардан, плотина и контора бывшего Юкаменского завода. Среди музеев стоит отметить Музей народного искусства с. Юкаменское и Музей бесермянской культуры с. Пышкет. Среди объектов природы, формирующий культурный ландшафт района, стоит упомянуть Зилайскую сосну и кедровую рощу с. Зямбай, старый школьный сад д. Пышкет. Уникальным по мощному дебиту является родник «Дар земли», расположенный около д. Татарские Ключи [1].

Ярский район является самым северным в Удмуртской Республике. В районе находится множество памятников археологии: древние могильники и поселения, всего их в Ярском районе 28. К историческим памятникам относятся: Пудемский листопрокатный завод, северная ветка Сибирского тракта, Пересыльная тюрьма в д. Усть-Лекма, Ярский историко-краеведческий музей. Три церкви района являются архитектурными памятниками: Троицкая церковь в селе Елово, Спасская церковь в селе Укан, Вознесенская церковь в селе Сада. Вместе с тем в районе достаточно природных достопримечательностей: Исток реки Вятка, Тумское торфяное болото, Пудемский пруд (третий по величине в Удмуртии), Дикое озеро, Солёный источник, Татарская сопка (природный памятник). В Ярском районе 16 особо охраняемых природных территорий. Охотничий комплексный заказник «Северный» имеет республиканское значение.

Каракулинский район, в сравнении с другими районами богат наличием религиозных объектов: Храм святого великомученика и целителя Пантелеймона в с. Каракулино, Часовня Николая Чудотворца, Никольская церковь в селе Новопоселенное, Спасо-Вознесенский храм села Галаново, Храм в честь Рождества Пресвятой Богородицы в селе Колесниково. По причине наличия в районе природных достопримечательностей, в районе развит этнотуризм. Среди таких объектов следует выделить: Природный парк «Усть-Бельск», Чегандинские пещеры, Святой и Гремячий ключи. Работают центры марийской культуры в деревнях Ныргында и Быргында, где гостей угостят национальными блюдами и научат национальным танцам.

Малопургинский район прославился своими людьми, а именно «Бурановскими бабушками» (коллектив, прославившийся своим участием в проекте Евровидение). Среди примечательных архитектурных сооружений можно отметить: Церковь в селе Ильинское, Мало-Дивеевский женский монастырь в селе Норья и Петропавловский храм, Михаило-Архангельская церковь в селе Малая Пурга. В Бураново можно посетить музей-галерею войлока и текстиля. Есть в районе и археологические памятники: Возле д. Бобья-Уча расположено городище «Кайгурезь», недалеко от д. Сизяшур выявлен Покровский могильник.

Визитной карточкой и главной достопримечательностью Якшур-Бодьинского района является скульптурная композиция на центральной площади «Якшур-Бодья – открытый дом», созданная к 300-летию села. Находятся также красивые храмы: в Якшур-Бодье Храм святителя Николая, Храм Святой Троицы в Кекоране.

В Балезинском районе республики существуют возможности для формирования маршрутов с экологической тематикой. Памятниками природы являются: родник около с. К.-Заделье, где по преданиям на этом месте жил святой Трифон Вятский, водой родника лечились от трахомы; Кепский природный заказник, кроме того, в районе есть места произрастания редких и исчезающих, а также реликтовых растений. Насчитывается более 50 памятников боевой и трудовой славы. Сохранился историко-культурный комплекс – участок Пермско-Вятского тракта. Среди объектов, которые посещают при прохождении туристско-экскурсионных маршрутов также можно выделить: Юндинский краеведческий

музей, сельский Дом культуры, Дом ремесел, ДК «Старообрядческая изба», этнографический музей «Татар Йорты».

Игринский район привлекает туристов своими сказочными персонажами Лопшо Педунь и Пельнянь, которые являются своего рода «брендами» для привлечения туристов. Интересными объектами, можно назвать: музей «Этапный пункт» в Бакчеево, в селе Чутырь храм в честь Сретенья Господня, храм Иоанна Богослова, в брошенном состоянии находится Покровская церковь в селе Большая Пурга, в селе Зура храм в честь Митрофана Воронежского, Заякинская кедровая роща, торфяное болото «Игра-Чемошур», Салинский государственный комплексный заказник, Чертово дерево по дороге в село Зура, Сосна в селе Зура, гора Каргурезь.

Достопримечательности Можги и Можгинского района представлены: историко-краеведческим музеем Можги, музеем «Набат памяти», этнографическим музеем «Удмуртское народное творчество», музеем стекольного завода «Свет», народный музей Героев Советского Союза, комнатой-музеем им. Н.С. Байтерякова, Михайло-Архангельский храмом, деревянным храмом Николая Чудотворца, храмом Казанской иконы Божией Матери, домом-музеем Веры Васильевны Толстой.

Увинский район известен туристам санаторием «Ува», известным за пределами не только района, но и республики. Среди объектов культурно-познавательного туризма необходимо выделить: Храм Иоанна Кронштадтского, Церковь Петра и Павла, Александро-Невский храм, храм Архистратига Михаила, Храм Дмитрия Солунского, Покровская церковь. В деревне Узей-Тукля расположен дом ремесел, где стараются сохранять и передавать традиции мастерства, поэтому сувениры отличаются самобытностью, там же есть родник Казанской иконы Божией Матери.

Шарканский район – один из немногих в Удмуртии, где развитию туризма уделяют внимание, здесь создан один из самых известных туристических продуктов республики - Тол Бабай (удмуртский Дед Мороз). В районе созданы возможности для экологического туризма: природный парк «Шаркан», где для туристов разработаны экологические тропы.

Завьяловский район характеризуется постоянным обновлением культурных объектов, прежде всего за счет своей близости к г. Ижевску. Горнолыжный комплекс «Чекерил» дает возможность заниматься зимними видами спорта (катание на сноуборде, лыжах, коньках), летом открыт пляж. В районе располагается дом-музей легендарной спортсменки Галины Кулаковой.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что Удмуртская Республика обладает значительным потенциалом для развития туризма, прежде всего познавательного, однако на сегодняшний день ее туристско-рекреационный потенциал используется неэффективно в продвижении туристско-экскурсионных маршрутов и программ и этому благоприятствует ряд проблем:

- отсутствуют подъездные пути и благоустройство окружающих территорий;
- объекты показа не отреставрированы;
- отсутствие помощи со стороны руководства в районах;
- отсутствие рекламы маршрутов;

-отсутствие кустового принципа планирования, который предусматривает создание вблизи главного объекта туристской аттрактивности дополнительных объектов туристского показа и посещения, таких как музейные экспозиции, мастерские народных промыслов, где можно также приобрести сувениры и т.д.

На основе изученного потенциала республики и всех вышеперечисленных проблем нами был разработан комплекс инструментов и мер по развитию туристской маршрутной сети. При разработке данных мер учитывалась нормативно-правовая база. Основой для базы послужили: главный документ в сфере туризма – ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»; утвержденные государственные стандарты, которые являются одним из эффективных инструментов регулирования рынка туристских услуг, позволяющих воздействовать как на недобросовестных изготовителей, так и на

продавцов, и потребителей туристских услуг; общенормативные акты, а также стратегии развития туризма в РФ. Базовым документом в туристской сфере является стратегия долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, в которой отмечено, что туризм является экономически выгодной и экологически безопасной отраслью национальной экономики, существенным звеном инновационного развития страны. Имеется также федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Среди региональных программ туристской направленности в Удмуртской Республике следует выделить программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012-2018 годы», которая определяет основные меры по развитию туризма в республике.

Все разработанные меры по развитию туристско-экскурсионных маршрутов в республике разделены на блоки туристской сферы.

Совершенствование нормативно-правовой базы:

- организовать работу по разработке и реализации программ по изучению родного края (на всех уровнях: дошкольного и школьного образования), с посещением туристско-экскурсионных маршрутов и программ;

- разработка государственного стандарта в области проектирования и формирования туристских маршрутов на территории Удмуртской Республики;

- разработка программ по развитию экологического туризма в районах республики (расширение с данной тематикой маршрутной сети), благодаря наличию на территории уникальных природных ресурсов и памятников;

- активизировать деятельность по разработке туристских программ и маршрутов с посещением наиболее значимых объектов историко-культурного наследия;

- разработать программы по развитию рынка санаторно-оздоровительных услуг, с целью продвижения туристских маршрутов с лечебно-оздоровительной тематикой;

Совершенствование системы управления:

- создать структуру управления туризмом, которая позволила бы более эффективно использовать имеющиеся на территории ресурсы и материальную базу для организации туристско-экскурсионных маршрутов;

- объединение усилий всех участников туристского рынка и профильных государственных и муниципальных органов и учреждений для успешного продвижения региональных турпродуктов (маршрутов) на внутренний и въездной рынок Удмуртии;

- активизировать работу по созданию туристско-информационного центра как организатора деятельности по продвижению регионального турпродукта на внутреннем и внешнем рынке;

- создать самостоятельные подразделения по развитию туризма и координации туристской деятельности во всех административных районах города, а также увеличение количества отделов, отвечающих за различные направления развития туризма в районах.

- введение системы сертификации туристских маршрутов и их соответствия качества;

- введение системы нормирования и квотирования туристско-маршрутного использования территорий и объектов, с целью сохранения и развития природных, исторических, социально-культурных объектов, используемых для экскурсионно-туристского показа;

- привлечение местных организаций, занимающихся туристической деятельностью к принятию программ по развитию сферы туризма;

- упрощение процедур по регистрации и налогообложению фирм-туроператоров, занимающихся развитием внутреннего туризма в территории УР;

- сокращение административных барьеров для туристских организаций (туроператоров, музеев и т.д.), которые занимаются разработкой и организацией туристских маршрутов;

- активизировать деятельность по продвижению региональных туристско-экскурсионных маршрутов на общероссийский уровень;
- разработка практических рекомендаций для туристских фирм (в виде периодических изданий) по управлению туристскими маршрутами и программами.

Совершенствование финансовой системы:

- привлечение российских и зарубежных инвестиций в объекты показа на туристических маршрутах;
- выделение средств из бюджета республики на восстановление и реставрацию памятников исторического и культурного наследия регионального значения;
- инвестиции в развитие туризма и строительство объектов туристской индустрии, расположенных на территориях административных районов республики;
- спонсорская финансовая помощь на разработку проектов, связанных с формированием и развитием туристских маршрутов;
- создание и ведение пакетов инвестиционных предложений по туристской маршрутной сети;
- постоянный мониторинг востребованности региональных туристских маршрутов и программ;
- льготное кредитование проектов по созданию сети сельских гостевых домов, способных удовлетворить спрос на недорогое жилье для потребителей программ этнического туризма.
- льготное кредитование на создание предприятий общественного питания быстрого обслуживания вдоль туристических и экскурсионных маршрутов;
- предоставление субсидий юридическим лицам в административных районах республики на возмещение 50 процентов от общей суммы документально подтвержденных затрат, связанных с реализацией проектов формирования и развития туристской маршрутной сети;
- создание региональных центров поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в сфере развития туристской маршрутной сети УР.

Совершенствование системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в сфере туризма и научное обеспечение:

- совершенствование образовательных программ в системе подготовки кадров с использованием зарубежных стандартов обучения;
- анализ потребности рынка труда в кадрах туристских специальностей и профессий и внесение дополнений и изменений в Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов;
- разработка системы сертификации персонала (квалификации персонала и компетентности), которая может быть применима к выпускникам всех уровней профессионального образования в сфере туризма;
- разработка качественно новых государственных образовательных стандартов для высшего и среднего профессионального образования;
- развитие системы дистанционного обучения по программам в сфере туризма;
- возмещение части затрат при повышении квалификации на курсах при крупных государственных и негосударственных высших учебных заведениях;
- постоянное участие сотрудников туристской сферы в научных конференциях, различного рода семинарах;
- прохождение стажировок на предприятиях туристской сферы как в своей стране, так и за рубежом;
- использование при переподготовке сотрудников туристской сферы различных коммерческих центров, коммерческих бизнес-школ, мастер-классов;
- внедрить в процесс обучения форму как «конгрессный туризм»;
- совершенствовать компетенции обслуживающего персонала гостиниц, экскурсоводов, работников объектов турпоказа;

- рекламные туры для специалистов тур. индустрии по городам и сельским муниципальным образованиям республики с целью знакомства с музеями и другими туристскими объектами республики.

Сохранение природы и рациональное природопользование:

- определить уровень интенсивности рекреационного использования для каждого района республики;

- проведение пропагандистской работы, воспитание и приобретение через туризм и экскурсии природоохранных знаний, навыков и умений;

- ввести механизм платного природопользования для некоторых районов Удмуртии;

- расширение сетей ООПТ;

- минимизация негативного антропогенного воздействия на окружающую среду республики, обусловленного туристской деятельностью.

Развитие туристской инфраструктуры:

- улучшить транспортную инфраструктуру (реконструировать аэропорт, поставить международный терминал);

- строительство и ремонт дорог, подъездных путей к основным объектам туристского интереса, стоянок для автотранспорта в основных туристских районах;

- обновить парк туристских и экскурсионных автобусов;

- строительство гостиниц туристского класса в районах;

- открытие недорогих ресторанов и кафе с национальной кухней, а также предприятий питания быстрого обслуживания вдоль туристских и экскурсионных маршрутов;

- размещение опознавательных знаков всех объектов тур показа вдоль основных дорог и центров на 3 языках, русском, английском, удмуртском.

- реставрация и реконструкция памятников архитектуры;

Внедрение продуктовых инноваций в формировании и развитии туристской маршрутной сети

- развитие центров гастрономического туризма в районах республики;

- использование имеющихся ресурсов для организации маршрутов с сельской, событийной, приключенческой, гастрономической, рекреационной, лечебно-оздоровительной тематикой;

Маркетинговые мероприятия:

- проведение маркетинговых исследований в сфере внутреннего и въездного туризма УР;

- регулярная организация обсуждения вопросов продвижения региональных турпродуктов с участием всех заинтересованных сторон (круглые столы, научно-практические конференции);

- активизировать деятельность по туристскому брендингу республики на основе этнокультурной специфики региона с использованием историко-культурных, археологических, этнографических ресурсов;

- проведение регулярных информационных компаний в СМИ с целью популяризации туристских объектов, маршрутов и программ по УР;

- мероприятия в области рекламы и PR, направленные на формирование положительного туристского имиджа УР;

- проведение выставок и ярмарок с целью продвижения новых туристских маршрутов;

- разработка виртуальных туров по действующим туристско-экскурсионным маршрутам республики;

- проведение «рекламных туров» для определенных категорий граждан;

- проведение конкурса «Лучший существующий турмаршрут в Удмуртии»;

- рассылка рекламно-информационных материалов о туристских маршрутах и программах Удмуртской Республики.

Таким образом, историко-культурное наследие республики выступает неотъемлемой частью любого тура или маршрута, однако большинство объектов не используются на практике для формирования туристско-экскурсионных маршрутов и программ, кроме того многие объекты существуют без какого-либо ухода или надзора. Следовательно, для продвижения туристских маршрутов необходимо использовать комплекс инструментов и мер по развитию туристской маршрутной сети, который также будет способствовать выводу маршрутов не только на внутренний, но и на внешний рынки.

Список использованных источников

1. Рысин И.И., Саранча М.А. Рекреационный потенциал Удмуртской Республики: географический анализ и оценка с использованием геоинформационных технологий. – Ижевск: Ассоциация «Научная книга», 2007. – 184 с.

2. Кудрявцев А.Ф., Тренина М.М. «Попытки изучения культурных ландшафтов города с перцепционных позиций». URL: http://ru.vestnik.udsu.ru/files/originsl_articles/vuu_05_11_08.pdf.

3. Саранча М. А., Гай И.А. География туристско-рекреационной деятельности Удмуртской Республики: учеб. пособие. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2013. – 123 с.

4. Черных Е.М., Русинова А.А. «Археологические памятники в системе особо охраняемых природных территорий Удмуртского Прикамья: к проблеме использования». URL: http://www.ssc.smr.ru/media/journals/samluka/2009/18_3_06.pdf.

УДК 379.85:004.738.5(470.61)(045)

ВИДЫ ТУРИЗМА В ОБРАЗЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ В ЭЛЕКТРОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Зубрилина О.А.

Южный федеральный университет

Рубан Д.А.

Южный федеральный университет

TOURISM TYPES IN THE IMAGE OF THE ROSTOV REGION IN THE E-SPACE

Zubrilina O.A.

Southern Federal University

Ruban D.A.

Southern Federal University

Аннотация: Туристический образ региона в электронном пространстве влияет на спрос со стороны потенциальных посетителей на различные виды туризма. Контент-анализ такого образа Ростовской области показал, что в нем неплохо представлены не только «традиционные», но и такие инновационные виды, такие как винный, сельский и экологический туризм. Однако выявлен и ряд дефектов, в частности, связанных с отсутствием информации об экстремальном туризме.

Abstract: Tourism image of region in the e-space influences on the demand of potential visitors on different tourism types. The content-analysis of such an image of the Rostov Region shows that this exhibits more or less well the both "traditional" and innovative (wine, rural, and ecological) types. However, some serious failures are also detected and, particularly, the absence of information on extreme tourism.

Ключевые слова: туристический образ, сеть Internet, сельский туризм, энотуризм, Ростовская область.

Key words: tourism image, Internet web, rural tourism, enotourism, Rostov Region.

Рассмотрение состояния индустрии туризма и гостеприимства России [13] и государственных стратегий ее развития [5] убедительно свидетельствует в пользу необходимости диверсификации соответствующих видов деятельности и роста числа инноваций. Как показано ранее, становление новых для данной территории видов туризма решает одновременно обе эти задачи [14]. Различными авторами на примерах из отечественной и зарубежной практики продемонстрировано, что винный туризм (энотуризм) [6, 7, 17], экологический туризм [11], экстремальный туризм [1, 2] и т.п., которые следует признать действительно инновационными для России, открывают широкие перспективы для регионов. Однако не следует забывать о том, что развитие индустрии туризма и гостеприимства определяется не столько существующими возможностями и различными государственными и частными инициативами, сколько спросом со стороны потребителей соответствующих услуг. При этом сам этот спрос может активно формироваться. Целью настоящей работы является определение доли инновационных видов туризма в образе Ростовской области, потенциально одной из важнейших российских дестинаций [10], сформировавшемся к настоящему времени в электронном пространстве.

Спрос потребителей на услуги индустрии туризма и гостеприимства определяется в достаточной степени их осведомленностью о возможностях проведения досуга. В настоящее время важнейшим источником такого рода информации стала сеть Internet. Контент-анализ содержащихся в электронном пространстве, создаваемом этой сетью, сведений позволяет судить об их пригодности для продвижения отдельных видов туризма [3, 12, 15]. Иными словами, ресурсы сети Internet формируют туристический образ региона, а изучение их содержания позволяет судить о том, как в нем представлены различные виды. Следует отметить, что потенциальный потребитель услуг индустрии туризма и гостеприимства обращает основное внимание на графические элементы, а потому достаточно эффективен контент-анализ Internet-изображений.

В целях настоящей работы в сентябре 2016 г. был проведен контент-анализ Internet-изображений, составляющих туристический образ Ростовской области. Для этого с помощью поискового запроса <Ростовская область & туризм> в системе "Google" было выбрано 100 наиболее популярных изображений. Далее из их общего числа выбирались те, которые могут быть связаны с конкретными возможностями туризма в данном регионе (т.е. исключались изображения по несвязанной с этим регионом тематике, карты, диаграммы и т.п.). В результате такой фильтрации были выбраны 64 изображения. Для каждого из них была прослежена связь с конкретным видом туризма. Полученные таким образом данные были обработаны количественно путем расчета доли (в %), приходящейся на каждый из видов в образе региона. Особое внимание обращалось на инновационные виды туризма.

Результаты контент-анализа оказались следующими. Образ Ростовской области является весьма разнообразным в отношении представленных видов туризма. Наибольшая доля (23%) приходится на экскурсионный туризм. Несколько меньше – на рекреацию (чаще на основе природных объектов) (17%), сельский туризм (16%) и этнический туризм (казачество) (16%). Меньшие доли характерны для энотуризма (13%), делового туризма (9%) и экологического туризма (6%). Такие результаты означают, что сформировавшийся к настоящему времени в электронном пространстве туристический образ Ростовской области способствует привлечению внимания потенциальных посетителей региона к сразу нескольким видам туризма, среди которых есть явно инновационные (винный, сельский и экологический). Более того, диспропорция между долями, отвечающими всем

вышеперечисленным видам, не столь велика. По крайней мере, экскурсионный туризм и рекреация не характеризуются тотальным доминированием.

Как можно увидеть, Ростовская область уже сейчас способна вносить существенный вклад в трансформацию отечественной индустрии туризма и гостеприимства, переход ее на путь инновационного развития. Однако проведенный анализ туристического образа региона в электронном пространстве выявляет и три существенные проблемы. Во-первых, это отсутствие среди наиболее популярных Internet-изображений тех, что касаются некоторых инновационных видов, таких как экстремальный туризм. Богатые ресурсы для развития последнего в регионе имеются, однако в образе региона в электронном пространстве они никак не отображены. Во-вторых, речь идет о сравнительно небольшой доле, приходящейся на деловой туризм. Фактическая значимость Ростовской области в экономике Юга России и страны в целом, инновационная ориентация [4], возможности реализации здесь амбициозных бизнес-проектов и появления крупного финансового центра [8, 9, 16] и т.п. предопределяют огромный потенциал для развития этого вида. Более того, его становление активно происходило в течение последнего десятилетия. Наконец, в-третьих, большая часть проанализированных Internet-изображений характеризует ресурсы различных видов туризма, тогда как сама туристическая деятельность показана гораздо реже. Речь идет о малочисленности фотографий, демонстрирующих туристов, их участие в различных мероприятиях и т.п. Это большой недостаток, т.к. при восприятии, «считывании» туристического образа потенциальными посетителями региона необходимо установление ассоциативной связи между ресурсами туризма и самим туризмом. Безусловно, это может происходить интуитивно, однако эффективной будет наличие в сформировавшемся образе своего рода «подсказок», облегчающих установление такой связи.

Таким образом, сформировавшийся к настоящему времени образ Ростовской области весьма неплохо позиционирует регион как привлекательный для туристов с различными интересами, предпочтениями. Однако он нуждается в значительной оптимизации для устранения выявленных дефектов. Достаточно легкое и малозатратное решение этой задачи может быть обеспечено использованием инструментов on-line маркетинга. При этом принципиальна сама постановка этой задачи, что может быть сделано как в региональных программах развития индустрии туризма и гостеприимства, так и в инициативах профессионального сообщества, объединяющего представителей этой индустрии.

Список использованных источников

1. Акимов М.А. Некоторые социальные аспекты развития экстремального туризма на Северном Кавказе // В сб.: Проблемы туризмовеждения. 2016. С. 7-9.
2. Акимов М.А., Рубан Д.А. Экстремальный туризм: совершенствование классификации // Географический вестник. 2016. № 1. С. 95-103.
3. Акимов М.А., Рубан Д.А. Образ российского экстремального туризма в электронном пространстве и его ландшафтная составляющая // В сб.: Проблемы природоохранной организации ландшафтов. 2016. С. 6-11.
4. Гонтарева Е.Ф., Рубан Д.А. Инновационные предпосылки развития делового туризма на Юге России // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2015. № 1. С. 32-36.
5. Григоренко Т.Н., Казьмина Л.Н. Приоритеты в области развития внутреннего и въездного туризма России на современном этапе // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 4. С. 14-16.
6. Гусенова Д.А. Эготуризм в Дагестане: проблемы и перспективы развития // Теория и практика общественного развития. 2013. № 12. С. 122.

7. Ердавлетов С.Р., Артемьев А.М., Кошкимбаева У.Т. Эготуризм как фактор регионального и локального развития // Географический вестник. 2011. № 4. С. 77-81.
8. Латушко Н.А. Стратегический вектор регионального развития Южного федерального округа // Социальная политика и социология. 2014. № 3. С. 30-37.
9. Латушко Н.А., Свиридов О.Ю. Ресурсные и институциональные предпосылки формирования регионального финансового центра на Юге России // Экономические и гуманитарные исследования регионов. 2013. № 1. С. 87-97.
10. Макаренко В.С., Григоренко Т.Н. Потенциальные направления развития въездного и внутреннего туризма Ростовской области // Вестник Национальной академии туризма. 2014. № 1. С. 76-78.
11. Мартышенко Н.С., Золотова В.И. Повышение роли экологического туризма в структуре предложения внутреннего туризма в России // Фундаментальные исследования. 2015. № 11-5. С. 1003-1008.
12. Паникарская Н.И., Стаценко А.А., Рубан Д.А. Туристический образ региона в сетевом пространстве: проблема качества информации // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2015. № 1. С. 80-92.
13. Романова М.М. Анализ российского туризма в современных реалиях // В сб.: Устойчивое развитие российской экономики. 2016. С. 106-110.
14. Рубан Д.А. Инновационный менеджмент в туризме: направления и управленческие действия // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. 2015. № 1. С. 114-126.
15. Рубан Д.А. Образ сельского туризма в России: контент-анализ // В сб.: Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы. 2016. С. 101-105.
16. Свиридов О.Ю., Латушко Н.А. Формирование стратегии развития экономики региона в условиях финансовой глобализации. Ростов-на-Дону: Содействие – XXI век, 2013. 144 с.
17. Якубук Э.Ю., Григоренко Т.Н. Предпосылки развития винного туризма в Чили // В сб.: Проблемы туризмовеждения. 2014. С. 117-123.

УДК 379.85:004.738.5(470.51(045))

**МУЛЬТИМЕДИА-ТЕХНОЛОГИИ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРФИРМ Г. ИЖЕВСКА**

Галанова Н.А.

Удмуртский государственный университет

Богданова Д.А.

Удмуртский государственный университет

**MULTIMEDIA TECHNOLOGY AND INTERNET RESOURCES IN ACTIVITIES
OF IZHEVSK TRAVEL AGENCIES**

Galanova N.A.

Udmurt State University

Bogdanova D.A.

Udmurt State University

Аннотация: В данной статье приводится анализ актуальности специализированных веб-ресурсов и мультимедиа в деятельности турфирм столицы Удмуртской Республики.

Abstract: In this article we provide the analysis of relevance of specialized Internet-resources and multimedia in activity of travel agencies of the capital of Udmurt Republic.

Ключевые слова: мультимедиа-технологии, Интернет, Интернет-ресурсы, турфирма, турфирмы г. Ижевска, туризм Удмуртии.

Key words: multimedia technology, Internet, Internet resources, travel agency, Izhevsk travel agency, Udmurtia tourist industry.

Мультимедиа-технологии и ресурсы сети Интернет представляют большую возможность для современного бизнеса, и являются, в частности, неотъемлемой частью повседневной деятельности туристских фирм.

Ижевск – город, входящий в двадцатку крупнейших городов России, столица Удмуртской Республики. Именно в Ижевске сконцентрированы все главные офисы крупных компаний республики, в том числе и туристические. Турфирмы Ижевска весьма многочисленны. Большинство из них расположено в центральной части города. В местных турагентствах можно подобрать туры разного направления и тематики. Это могут быть туры, ориентированные на различные виды отдыха: от рекреационного до экстремального. Туры могут быть индивидуальные и групповые, образовательные и паломнические. Большинство туристских фирм республики являются турагентами и реализуют туры за рубеж от туроператоров Москвы и Санкт-Петербурга. Среди прочих предложений эти фирмы предлагают туры по России, а также организуют экскурсии по Удмуртии.

Обратимся к онлайн-каталогам и справочникам для того, чтобы составить общее представление о турфирмах города. Это может помочь приблизительно оценить количество турфирм в Ижевске, а также покажет работу самих турфирм с каталогами и рубриками.

Наиболее удобные и популярные базы туристских фирм расположены на сервисах ИжевскИнфо.Ру – ижевский информационный портал, 2ГИС Ижевск, интернет-журнал «FAN – больше, чем афиша!» и геоинформационная справочная система iGIS. С помощью этих ресурсов можно выяснить адрес и контакты турфирмы (телефон, e-mail, сайт), а также получить краткую характеристику услуг компании.

На портале «ИжевскИнфо.Ру» расположена информация о 31 турфирме с прилагаемой картой сервиса «Яндекс.Карты». Турфирмы возможно просмотреть в алфавитном порядке либо по степени популярности, кроме «специальных предложений» (которыми обладают туристические агентства «Акварель-тур» и «Жарко»). Заметим, что такие турфирмы как «Агентство интересных путешествий Горящие Путевки», «Горящие Туры», «Твой Тур» и «Тройка тур, туристическое агентство», в своем названии добавляют в начале цифру «1». Очевидно, это делается для повышения позиции фирмы в рейтинге. Таким образом, пользователь увидит их раньше, чем, к примеру, «Авангард Консалтинг, турагентство». Подобное решение, вероятно, является вполне целесообразным. Стоимость размещения на портале составляет 400 руб. в месяц для всех организаций.

Помимо присутствия в перечне, некоторые турфирмы имеют свою личную страницу-визитку на портале «ИжевскИнфо.Ру». К таким турфирмам относятся «Твой тур», «Netzabot, туристическое агентство», «Persona Travel», «Авангард Консалтинг, турагентство», «Акфил, турагентство», «Ассоль, турагентство», «Ветер перемен, турагентство», «Голдбим Интур, туристическое агентство», «Золинг, турфирма» и другие. На такой странице пользователь получает гораздо больше информации о турфирме. Для примера можно рассмотреть страницу турфирмы «Persona Travel». На странице представлена не только текстовая информация, в оформлении присутствуют и мультимедийные элементы – графические изображения (логотип, фотографии), есть таблицы. Наличие подобной визитки говорит о решении компании продвигать свои услуги посредством сети Интернет. Поскольку пользователь Интернета, впервые столкнувшийся с поиском турфирмы, в поисковых системах будет вводить запрос «турфирмы Ижевск» и другие подобные вариации, первое, что он увидит, будут

справочники и каталоги, поэтому турфирме важно обратить на себя внимание сразу же, с первых «кликов» пользователя.

Справочная система 2ГИС Ижевск позволяет найти ту или иную организацию на карте, а также поможет добраться до нужной точки на различных видах транспорта. Сервис предлагает базу организаций, размещенную в рубриках. Среди 27 наименований расположена рубрика «Спорт. Отдых. Туризм», которая, в свою очередь, делится на меньшие рубрики. Здесь и располагается рубрика «Туристические агентства», насчитывающая 168 организаций. В отличие от «ИжевскИнфо.Ру», организации расположены не по алфавиту, а по рейтингу или по местонахождению от пользователя справочной системы. Специальное предложение – быть вначале списка организаций – есть, например, у турфирм «Арт клуб» и «Акварель-тур». Сервис позволяет применять фильтры поиска, благодаря чему можно узнать, что турфирм, имеющих сайт в сети Интернет, насчитывается 89. Не во всех случаях это обозначает, что турфирма не имеет сайта вообще. Некоторые турфирмы не указывают сайт, так как не считают нахождение в справочнике обязательным, некоторые фирмы представлены только в социальных сетях, но не считают страницу в социальной сети представительской страницей организации в Интернете. Реклама на сервисе осуществляется от 4250 рублей в месяц, обычное присутствие в справочнике – бесплатное.

Информация о 131 турфирме содержится в Интернет-журнале «FAN – больше, чем афиша!». В разделе «Навигатор» организации можно выстроить по популярности, по названию и новизне. Специальные рекламные предложения для турфирм не действуют. Существует лишь система рейтинга и комментариев, все это регулируется пользователями портала. К примеру, самой популярной организацией, по мнению пользователей Интернет-журнала, является турфирма «New Travel». По пятибалльной шкале турфирма имеет наибольший результат среди конкурентов. Тем не менее, такой показатель может быть результатом работы самой турфирмы для повышения собственного рейтинга. Поэтому обращать внимание исключительно на него не рекомендуется. Стоимость размещения в навигаторе – от 10 тысяч рублей в год.

Геоинформационная справочная система IGIS насчитывает в своей базе 185 предприятий, предоставляющих турагентские услуги. Перечень представлен в алфавитном порядке. Помимо этого, в начале списка находятся турфирмы, которые приобрели себе специальное рекламное место: «Ариадна-тур», «Магазин Горящих Путевок на К. Маркса, 285» и «Тройка тур – Тройкаtour». На так называемых «карточках предпринимателя» содержатся контактные данные о фирме, включающие адреса, телефоны и краткое описание деятельности. При нажатии на карточку открывается личная страница турфирмы с большим количеством информации, включающей фотографии и изображения. Стоимость специального размещения составляет 2000 рублей на данный момент. На портале оговаривается, что данный тарифный план подходит тем турфирмам, у которых уже есть свой сайт. Подобная система действует и на рассмотренном выше портале «ИжевскИнфо.Ру».

Это далеко не все справочники и каталоги, которые можно найти в сети Интернет, но эти ресурсы являются самыми популярными, если ориентироваться на их позицию в строке поисковых систем (Google и Yandex), а также самыми содержательными. Если не брать в расчет небольшой список турфирм портала «ИжевскИнфо.Ру», то среднее число турфирм по Ижевску составляет 161 организацию. В выпускной квалификационной работе, по материалам которой и написана данная статья, студенткой направления «Туризм» Богдановой Д.А. (Удмуртский госуниверситет, 2016 г.) было определено таким образом 185 организаций.

Различное количество турфирм в справочниках говорит не только о быстро меняющемся турагентском рынке в Ижевске, но и о желании и возможностях турфирм представлять свою деятельность в Интернете. При выборе справочника организацию могут интересовать следующие моменты: количество турфирм в справочнике,

популярность справочника, количество существующих рекламных предложений, цена рекламного предложения.

Для исследования значимости наличия у турфирм сайта, страницы в социальных сетях, расположения в поисковых системах, а также недоступной извне информации об использовании ими мультимедийных презентаций и программного обеспечения в вышеуказанном дипломном исследовании студентка провела опрос среди Ижевских турфирм, а также их клиентов. Среди опрошиваемых турагентств: «Выбор-тур», «МДС-тур», «Солнечный круг» и др., всего 6 организаций. Общее количество опрошенных клиентов составило 11 человек.

Полученные ответы позволяют утверждать, что турфирмы города Ижевска ответственно относятся к организации собственной работы в виртуальном пространстве. Многие турфирмы считают свой сайт удобным для клиентов. Они уделяют внимание обновлению информации на сайте, следят за тенденциями веб-дизайна.

На вопрос о расположении сайта в результатах поисковых систем отвечающие сошлись на мнении, что позиция сайта имеет первостепенное значение. Это говорит о том, что турфирмы отслеживают статистику посещений, возможно, используют индексы цитирования и другие способы оптимизации для того, чтобы их сайт был первым в строках поиска.

Социальные сети – важная составляющая продвижения туристских услуг в сети Интернет. Продвижение возможно посредством любых социальных сетей, но первое место среди турфирм г. Ижевска приходится на сеть «ВКонтакте». Здесь турфирмы делятся со своими читателями последними новостями, такими, как акции, новые туры. В социальной сети возможно общение между менеджером и клиентом. Информация в социальных сетях обычно адресует посетителя к сайту компании, где происходит дальнейшее взаимодействие между клиентом и турфирмой.

Несмотря на огромную популярность социальной сети «ВКонтакте», турфирмы прибегают и к использованию других ресурсов. Среди них можно отметить «Одноклассники», «Facebook», «Twitter», «Instagram».

Об использовании в работе турфирм справочной и рекламной информации на съемных носителях (диски, usb-флеш-накопители) мнения разделились поровну. Первая половина опрошенных турфирм данные мультимедиа-технологии использует, вторая нет. Справочная и рекламная информация может быть разработана как самой турфирмой, так и использоваться информация из других источников. Подобные средства обычно не часто обновляются. В отличие от мультимедийной информации на съемных носителях, мультимедиа-презентации используются в различных целях практически всеми опрошенными турагентствами. Возможно, это связано с тем, что подобные презентации удобно распространять в сети Интернет.

Для некоторых турфирм присутствие в Интернет-справочниках и каталогах – единственный шанс заявить о себе на просторах виртуального пространства, для других – дополнительный рекламный ресурс. В любом случае, респонденты единогласно заявляют о важности представительства на подобных ресурсах.

Несмотря на распространенность и известность баннерной рекламы, далеко не все турфирмы г. Ижевска используют ее в своей деятельности. Причин может быть несколько: это и дополнительная нагрузка на бюджет, и незнание персоналом целесообразности и особенностей данного вида рекламы.

Разнообразные информационные технологии, используемые в туризме (программные комплексы, информационные ресурсы сети Интернет) позволяют почти все бизнес-процессы свести к электронным. Опрошенные клиенты турфирм на вопрос о том, каким образом они отыскивают турфирму в сети Интернет, ответили следующее:

- менее половины из них ищут турфирмы с помощью Интернет-каталогов и справочников. Это оправдывает желание турагентств представлять себя на подобных ресурсах. Получается, что, чем больше турфирма задействовала

каталогов, тем больше вероятность того, что ее страницу или сайт посетит пользователь;

- почти половина опрошенных утверждают, что поиск турфирм они осуществляют с помощью поисковых систем. Это также оправдывает стремление турагентств располагаться в поисковых системах на выгодных позициях;
- наименьший процент опрошенных ищет турфирмы в социальных сетях. Получается, что социальная сеть не является основным инструментом для поиска новых турфирм. Социальные сети больше подходят для поддержания контакта с уже знакомыми фирмами.

Как отметили респонденты, важным является наличие у турфирмы сайта, причем особое значение имеет его оформление и содержание. Это значит, что, не занимаясь обновлением своего сайта в сети Интернет, а тем более в отсутствии сайта, турфирма рискует оказаться незамеченной среди конкурентов.

Наличие у организации страницы в социальных сетях также имеет значение, по мнению большинства пользователей. Именно социальная сеть является тем ресурсом, где большинство пользователей проводит значительную часть времени, поэтому на данных ресурсах им проще всего контактировать с организацией.

Так же, как и для представителей компаний, для пользователей сети Интернет важна позиция сайта турфирмы в результатах поисковых систем.

Таким же образом можно сопоставить мнения представителей турфирм и пользователей сети Интернет и по вопросу о баннерной рекламе. Большинство пользователей не обращают внимание на баннерную рекламу в сети, что оправдывает отсутствие стремления турфирм применять подобный тип рекламы.

Подводя итоги, стоит заметить, что не все описанные в дипломном исследовании Богдановой Д.А. мультимедиа-технологии и Интернет-ресурсы находят свое место в деятельности ижевских турфирм. Однако такие черты современного бизнеса, как наличие функционального сайта и продвижение в социальных сетях, являются актуальными составляющими и в деятельности туристских организаций столицы республики.

УДК 379.85:069-057.164(045)

ТУРИСТСКОЕ ВОЛОНТЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКОГО ОБЛИКА РЕГИОНА

Комарова К.В.

Удмуртский государственный университет

Гай И.А.

Удмуртский государственный университет

TOURIST VOLUNTEERING AS TOOL FOR CREATING TOURISM IMAGE OF THE REGION

Komarova K.V.

Udmurt State University

Gay I.A.

Udmurt State University

Аннотация: Волонтерская деятельность является важнейшей частью развития всех сфер жизни общества. В предлагаемой статье раскрывается роль волонтерства в туристской деятельности. Приведены примеры классического туристского волонтерства. Описаны механизмы работы музеев с «туристскими волонтерами» на примере государственного Эрмитажа. Данная статья адресована студентам, аспирантам, а также преподавателям в качестве изучения роли волонтерской деятельности в туризме.

Abstract: Volunteering is an essential part of the development of all spheres of social life. This article explores the role of volunteering in tourist activity. There are examples of classic tourist volunteering, mechanisms of museum work with the “volunteer tourism” for example, the State Hermitage. This article is addressed to students, graduate students and teachers as a study of the role of voluntary work in tourism.

Ключевые слова: волонтерская деятельность, туризм, туристское волонтерство, музейное волонтерство.

Key words: volunteering, tourism, volunteering in tourism, volunteering in Museum.

Слово волонтер произошло от французского *volontaire*, которое в свою очередь произошло от латинского *voluntarius*, и в дословном переводе означает «доброволец, желающий». В XVIII-XIX веках волонтерами назывались люди, добровольно поступившие на военную службу. Сейчас же такое понимание слегка устарело и теперь согласно проекту федерального закона о добровольчестве от 2013 года – доброволец (волонтер) – физическое лицо, осуществляющее добровольческую (волонтерскую) деятельность (добровольный труд), на основе свободного выбора лично и безвозмездно в интересах физических лиц, юридических лиц, социальных групп или общества в целом).

Существует огромное количество видов волонтерской деятельности: событийное, культурное, виртуальное, семейное и т. д. В России самым развитым является спортивное волонтерство, которое получило скачок в развитии благодаря универсиаде в Казани в 2013 году и зимней Олимпиаде в Сочи 2014. Эти два события привлекли в Россию огромный поток туристов, и, так или иначе, внесли свой вклад в развитие еще одного вида волонтерской деятельности – туристского волонтерства.

Единого определения данному понятию пока нет, но можно остановиться на том, что туристское волонтерство – это вид волонтерской деятельности, направленный на развитие туризма в регионе. Развитием данного вида занимаются как специализированные центры, так и музеи.

Государственный Эрмитаж начал привлекать в музей добровольцев уже с 1996 г. Первыми добровольцами были студенты творческих вузов, искусствоведы и преподаватели, иностранные специалисты. Всех их объединяло желание оказать посильную помощь музею. Работой с волонтерами занимался в то время Клуб друзей Эрмитажа, который объединял благотворителей, желающих внести денежный благотворительный взнос или нематериальный вклад в виде собственного труда. В основном волонтеры помогали Эрмитажу работать с туристами на территории входной зоны в музей, отвечая на вопросы, объясняя порядок работы музея и расположение экспозиции. Кроме того, волонтеры распространяли информацию о работе Клуба друзей Эрмитажа и его основных программах, а также агитировали посетителей музея вступить в данный Клуб. Работа волонтеров часто носила временный и нерегулярный характер [1].

В 2003 г. в Государственном Эрмитаже была создана отдельная Служба волонтеров. Ее создание было приурочено к празднованию 300-летнего юбилея Санкт-Петербурга. Создание отдельной службы (отдела) предполагало вывести работу с волонтерами на новый качественный уровень, что позволило бы оказать существенную помощь отделам Государственного Эрмитажа в период масштабных юбилейных мероприятий. Служба волонтеров успешно работает и в настоящее время [1].

На сегодняшний момент численность добровольцев составляет свыше тридцати человек. В основном это люди 16–25 лет, то есть преимущественно школьники и студенты, причем не только из России, но и из других стран, таких как Швейцария, США, Германия, Франция, Испания, Италия. Помимо школьников и студентов, в число волонтеров входят также филологи, искусствоведы, журналисты, преподаватели, менеджеры. Сотрудничество с профессионалами позволяет Эрмитажу осуществлять очень

интересные программы, такие как проект «Ропша», главной задачей которого является привлечение внимания к проблеме сохранения памятника всемирного наследия – Дворцово-паркового ансамбля в Ропше и содействие в его восстановлении [1].

Данный проект включает в себя следующие направления: изучение истории ансамбля и сбор информации для создания единого архива; разработка проектов, способствующих привлечению внимания различных государственных и коммерческих организаций с целью дальнейшего сотрудничества; проведение конкурсов детских творческих работ и разработка международных образовательных программ; работа над созданием Музея новогодней елки, организация выставок и мероприятий, посвященных Ропше и ее владельцам [1].

За время существования Службы были созданы схемы сотрудничества волонтеров с отделами музея и определены приоритетные направления работы как в Эрмитаже, так и за его пределами. Являясь неотъемлемой частью внутренней жизни музея, Служба волонтеров предоставляет возможность прохождения практики студентам российских и иностранных вузов [1].

Также следует упомянуть о создании в 2012 году волонтерского туристского центра в городе Москва при Департаменте национальной политики, межрегиональных связей и туризма города Москвы при поддержке Московского государственного института индустрии туризма имени Ю.А. Сенкевича [2].

Целью центра является увеличение туристской привлекательности города, что включает в себя помощь российским и иностранным туристам по ориентированию на местности, предоставлении справочной информации о туристских объектах и возможных маршрутах [2].

В задачи волонтера входит оказание информационной поддержки туристам на территории города Москвы, помощь в проведении мероприятий, связанных с индустрией гостеприимства, проводимых при поддержке Правительства Москвы. Миссия организации изложена в короткой фразе: «Москва – наш дом, туризм – наша профессия. Сделать наш дом гостеприимным для туристов наша цель» [2].

Еще одной организацией, которая занимается развитием туристского волонтерства является Ассамблея туристских волонтеров – это некоммерческая организация, направленная на взаимодействие волонтеров и представителей сферы туризма Республики Татарстан в целях практической ориентации будущих специалистов туристской отрасли. Организация была создана в 2009 году. На данный момент ее активными членами являются 80 студентов, обучающихся на факультетах сервиса, туризма и гостиничного хозяйства вузов Республики Татарстан. Активно участвующих на различных республиканских, федеральных и даже международных мероприятиях таких как, туристские форумы, выставки, фестивали, акции и флешмобы. Участники организации имеют возможность создавать и реализовывать собственные проекты туристической и социальной направленности [3].

На протяжении последних нескольких лет волонтерами реализуется проект «Дети едут в музей», который направлен на проведение экскурсий для детей из детских домов и малоимущих семей [3].

Ежегодно профильным проектом Ассамблеи является «Гостеприимная Казань», который реализуется уже шестой год подряд. Основная цель проекта – помочь туристам ориентироваться в городе Казань. А также, подсказать куда отправиться, где попробовать национальную кухню республики, вручать гостям Казани путеводители и подсказать, что в первую очередь должны посмотреть в столице республики. От волонтеров зависит туристическая картина города. Каждый волонтер ответственный за свой участок, они закреплены на главных туристических точках: улица Баумана, улица Кремлевская, площадь театра Галиаскара Камала. Волонтеры стоят за специальными стойками и в специальной форме. Многие из них владеют английским языком, что позволяет им общаться с иностранцами и также помогать им ориентироваться в городе [3].

Ежегодно Ассамблея туристских волонтеров при поддержке Госкомитета по туризму на базе молодежного центра «Волга» организует профильные смены. В рамках этих смен волонтеры проходят обучения и мастер классы от ведущих специалистов туристской отрасли республики, а также участвуют в разработке своих собственных проектов, которые они смогут в дальнейшем реализовать [3].

В настоящее время интерес к волонтерству актуализируется, в том числе начинает активно развиваться туристское волонтерство. Туристские волонтерские центры работают во многих городах России и занимаются различными видами деятельности. Это то направление, которое создает туристический облик города, те люди, которые показывают всю красоту родного края и я надеюсь, что в скором времени в Удмуртской республике появится свой центр туристского волонтерства.

Список использованных источников

1. Шеков Е.Л. Состояние культурного волонтерства в России // Электронный журнал «Некоммерческие организации в России», 2011. – №4.
2. <http://www.volturmos.ru> – официальный портал волонтерского туристского центра города Москва.
3. <http://opr.tatarstan.ru> – официальный сайт общественной палаты республики Татарстан.

УДК 379.85:654.197(045)

РОЛЬ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА РЕГИОНА

Никошнова А.С.

Удмуртский государственный университет

Гай И.А.

Удмуртский государственный университет

ROLE OF TELEVISION IN FORMATION OF THE TOURIST IMAGE OF THE REGION

Nikoshnova A. S.

Udmurt State University

Gay I. A.

Udmurt State University

Аннотация: Статья посвящена вопросом формирования имиджа туристского региона, а также роли телевидения в формировании данного имиджа. В статье уделяется немало внимания СМИ, также проанализированы правила работы с медиа пространством. Раскрываются особенности влияния телевидения на формирование имиджа туристской дестинации.

Abstract: The article is devoted to question of formation of the tourist image of the region and the role of television in the formation of this image. The article pays a lot of attention in the media, also examines rules for media space. The peculiarities of the influence of television on the formation of the image of the tourism destination.

Ключевые слова: телевидение, имидж, регион, туризм, СМИ, имидж территории, имидж региона, медиа пространство.

Key words: television, image, region, tourism, media, image of territory, image of region, media space.

Интенсивный рост международного туризма, сопровождающийся ростом многообразия его форм и усилением его влияния на базовые сферы общественной жизни – яркий признак XXI века.

Туризм становится необходимой составляющей образа жизни все большего количества жителей планеты. Степенью развитости туристической индустрии, её инфраструктуры во многом обуславливают имидж и рейтинг стран и народов в иерархической концепции мирового сообщества. «Генеалогическое дерево» туризма с течением времени реализует тенденцию к росту количества отраслей (форм): от простых – к сложным, от пешеходных – к транспортным, от одиночных – к коллективным и массовым.

Весь этот разносторонний спектр туризма в литературе определяется как межцивилизационный туризм [11, с. 31–33]. Цивилизация при этом выступает как интегральное представление, содержащее в себе степень формирования культуры, науки, образования, экономики, религиозной терпимости и взаимоуважения.

Существенную роль при выборе места туристского путешествия играет сформированный имидж туристской привлекательности региона. Имидж или образ туристского центра создаётся различными средствами, важное значение среди которых играют средства массовой информации. Их важность усиливается в случае необходимости осмысленного построения либо корректировки имиджа. При этом искусственно созданный имидж способен не отражать основных общественных и финансовых данных, трудностей и противоречий местности, подлинных основ и способов ведения национального/регионального коммерциала, отличительных черт жизни населения, влияния экономики местности на окружающую среду и т.д. И, напротив, в некоторых случаях какая-либо действительно имеющаяся отличительная черта страны, региона, города в гипертрофированном либо искаженном варианте может подаваться как главная характеристика объекта [3].

Понятие СМИ является составной частью такого понятия как медиа-пространство. Остановимся подробнее на сущности понятия медиа-пространство. По определению медиа-пространство – это динамично формирующийся информационный ресурс, основными параметрами которого являются быстрота его трансформации, возможный доступ, граница с другими медиа-пространствами [9, с. 23].

Правила работы с медиа-пространством:

- 1) процессы расширения и наполнения медиа-пространства нельзя прекратить и трудно ограничить;
- 2) даже минимальное ограничение медиа – пространства требует привлечения серьезных дополнительных ресурсов;
- 3) медиа-пространство управляется с помощью искусственного поддержания внимания к какому-то сегменту;
- 4) для управления надо использовать информационную асимметрию, информационные перекосы и информационный вакуум;
- 5) для достижения разных целей лучше использовать разные сегменты, области неоднородной глубины и насыщенности медиа-пространства [10, с. 31].

Но управлять только информационным пространством невозможно, поскольку совместно с реальным пространством они составляют стабильную подпитку для еще одного – виртуального пространства. В реальном пространстве факт брутalen и осязаем. В медиа-пространстве совершается объяснение факта, его преобразование в печатно-эфирную фикцию. В виртуальном пространстве медиа-проекция прецедента отливается в стереотип, имидж, бренд, миф и символ [7].

Каждый регион существует в реальном пространстве как территория, население, конкретные объекты и события; в медийном пространстве – как совокупность всех упоминаний о нем в СМИ; а в виртуальном пространстве – как брэнд и мифологема. Значит, существуют не только информационные, но ещё и виртуальные деньги, которые

при любой финансовой сделке на новой территории инвестор принимает в качестве первоначального взноса позиционирования, своеобразного залога для обеспечения планируемых информационных и финансовых вложений в свой проект. Если мысленно мы представляем последовательность размещения трех пространств так: реальное, медийное, виртуальное, то последовательность инвестиционных потоков в регион будет обратной: сначала виртуальные деньги, потом медийные, только потом реальные [7].

Запас медиа-инструментов с целью формирования инвестиционной привлекательности региона крайне широк. Информационный статус – это совокупность всех упоминаний о регионе во внешнем медиа-пространстве и его идентификация в региональных СМИ [7].

Информационный поток – это специально поддерживаемый постоянный новостной режим, с помощью которого решаются вопросы стирания границ и увеличения информационного статуса региона во внешнем медиа-пространстве [7].

Информационный аудит – это системное исследование информационного статуса, анализ сильных и слабых сторон, внутренних и внешних информационных потоков, оценка готовности региона к решению нестандартных и кризисных ситуаций, предложения по выбору информационной стратегии [7].

Информационная стратегия – это определение главных целей и приоритетов, сценарий прогнозируемой трансформации существующего информационного статуса и имиджа региона, основные этапы и каналы реализации, корректировка уже существующих информационных потоков [7].

Самые доступные медиа-инструменты содействия инвестиционной привлекательности региона: нацеленная на конкретных получателей рейтинговая информация, справочная информация, информация о наградах и конкурсах, статистические данные, финансовая аналитика, отраслевая отчетность, налоговая информация. Более эффективно и быстро на широкую аудиторию работают: исторические и социологические данные, политическая и культурная информация [7].

Активное применение медиа-пространства, формирование устойчивых информационных потоков, создание информационной стратегии и грамотное постоянное использование различных медиа-инструментов не просто поддерживает, а ускоряет процесс привлечения инвестиций в регион [7].

Необходимость в конструктивном продвижении туристических объектов и услуг на международном уровне мотивирует поиск дополнительных ресурсов с целью расширения и увеличения качества информационной продукции. Неистощимы в этом плане возможности глобальной компьютерной сети Интернет и, в особенности, телевидения [8].

Суть телевидения до сих пор не определена в теории достаточно ясно, развернуто и аргументировано, хотя дискуссии о ней идут.

Телевидение оказывает множественное и разностороннее воздействие не только на социальное и индивидуальное самочувствие каждого отдельного человека, но и на глобальные мировые процессы, представляя собой непростое соединение множества функций, видов деятельности и форм. При этом соотношение данных компонентов изменяется, так как телевидение пребывает в постоянном изменении и развитии. Мир, приобретающий зримость на телеэкране, исключительно множественен, ему характерны «кусочкообразность», «осколочность», «коллажность». Термин, предложенный социальным психологом Абраамом Модем для обозначения этого явления, звучит как «мозаичная культура» – итог изменения классической «гуманитарной» культуры под воздействием средств глобальной коммуникации.

В силу этого телевидение можно определить и как «синкретизм». В переводе с эллинистического это понятие означает «соединение», «объединение», «слитность», «нерасчлененность» – свойства, зачастую определяющее первоначальное, неразвитое состояние чего-либо. Таков синкретизм первобытного искусства, в котором пляска, пение и музыка существовали в единстве. Телевидение также является собой нерасчлененный

поток разнородной спонтанности, клипового зрелища на экране, воспринимаемого по законам ассоциативного мышления. Можно трактовать телевидение как современную модель первобытного синкрета, где конкретные элементы, оторвавшись, способны образовывать новые единства -синтезы, где духовное и утилитарное тесно соседствуют [5].

Телевидение, представляет собой средство массовой информации, оно вбирает в себе многочисленные, иногда сложно сравнимые, виды деятельности и их разнообразные свойства. По словам Б.Н. Лозовского, работники СМИ «могут заниматься пропагандой, агитацией, организацией, консолидацией, черным (серым, белым) пиаром, рекреацией, информированием, развлечением, популяризацией, диффамацией, психогигиеной и т. д. и журналистикой в том числе» [4]. В рамках разных видов телевизионной деятельности, на сегодняшний день, реализуется, достаточно, обширный диапазон функций таких как информационная, коммуникативная, маркетинговая, пропагандистская, PR, политическая, экономическая, культурно-просветительская, образовательная, познавательно-адаптивная, художественно-эстетическая, а, кроме того, развлекательная, игровая, мифотворческая и адаптивно-моделирующая [6, с. 49-61].

Необходимо выделить, что каждая из этих функций не зафиксирована за отдельными видами деятельности, а может существовать в той или иной степени во всех.

Становление телевидения в современном обществе наглядно выявило увеличение глобальности коммуникационных процессов, развитие состава и повышения числа субъектов международной информационной деятельности в конце XX – начале XXI вв [2, с. 405].

Объединяя звук и изображение, телевидение гарантирует более обширный коммуникационный потенциал. Для зрителя, наблюдающего прямую трансляцию с места события, телевидение способно сформировать «эффект присутствия» больший, нежели радио либо газета. «Эффект личностного общения» сводит телевизионную коммуникацию с формами межличностного общения. Зритель понимает, что передачу, в то же время, с ним смотрят огромное число людей и, тем не менее, воспринимает выступление с телеэкрана как обращенное непосредственно к нему.

Выделим телеканалы с туристической направленностью: «DiscoveryChannel», «NationalGeographicChannel», «Моя планета», «ViasatExplorer», «ViasatHistory», «TravelChannel», «DiscoveryWorld», «RTG» (географическое и культурное разнообразие России), «TLC» (развлекательные программы для женщин: мода и стиль, кулинария и путешествия), «Телепутешествия».

Также ряд других каналов имеет регулярные или цикловые передачи, ориентированные на туризм, например: «Туризм и отдых» (канал «РБК»), «Их нравы» (канал «НТВ»), «PROтуризм» (канал «Москва 24»), «Непутевые заметки» («Первый» канал), «Городское путешествие» (канал «Домашний»), «Орел и решка» (канал «Пятница»), «Верю не верю» (канал «Пятница»).

Однако, большая часть аналогичных программ направлена на продвижение зарубежных курортов, турпродуктов и т.п. [3].

В международном же пространстве доля ознакомительных передач о туристском пространстве России ничтожно мала.

Внутренний туризм для каждого государства представляет весомую значимость. Если местное население знакомится с развитием туристической индустрии в собственной стране ближе, это может содействовать воспитанию духа любви к Родине, а кроме того участию местных жителей в продвижении национального туристического продукта. Содействие местного населения в развитии туристической индустрии своего региона, безусловно, может помочь стране [1].

В Российской Федерации на протяжении последних лет предпринимается серия действий, направленных на поддержку туристических телевизионных проектов, однако данных мер, в действительности, мало для привлечения иностранных путешественников.

Вследствие этого, от представителей государственной власти, на текущий период, ожидается разработка единой программы оптимизации системы популяризации туризма, создание рабочих групп с целью ее результативного практического воплощения [1].

Эффективной реализации телепроектов о туризме будет содействовать применение улучшенных изобразительно-выразительных средств, введение новых форматов передач, расширение способов охвата потенциальной аудитории и вовлечения её в интерактивное взаимодействие с целью активизации зрительской заинтересованности. В перспективе, пассивное наблюдение зрителя за транслируемыми на телеэкране путешествиями сменится его активной деятельностью, рвением реализовывать самостоятельные путешествия после просмотра мотивирующих к изучению окружающего мира видеоматериалов, полученных по запросу и просматриваемых на экране персонального компьютера [1].

Туристические медиа, обращенные на привлечение зарубежных путешественников, должны осуществлять следующие функции:

- 1) формировать благоприятный образ государства;
- 2) предоставлять объективные данные о событиях, которые могут оказать влияние на популярность страны;
- 3) знакомить с выгодными условиями и специфическими туристскими услугами;
- 4) вызвать интерес солидных инвесторов в предоставлении программ и проектов развития туристической индустрии на рассмотрение местного правительства. Все проекты и планы должны быть объективны и согласованы с местными властями;
- 5) заблокировать антирекламу и антипропаганду, нацеленную против страны, занятой въездным туризмом;
- 6) создать мощную медийную программу, время от времени, транслирующийся в СМИ с целью своевременно оповещать потенциальных путешественников о развитии индустрии туризма, и тех, кто систематично посещает страну, а также создавать новые туристские объекты для иностранных туристов [1].

Правительство обязано стремительно принимать участие в продвижении собственного государственного туристического продукта, так как впечатления от туристической поездки остаются в памяти любого путешественника, и по возвращении на Родину эмоции передаются членам семьи, друзьям, тем более, что о самых приятных воспоминаниях говорить хочется наиболее подробно и интересно. Это является сильной пропагандой для страны, которую они посетили.

Государство, средства массовой информации, работники туристической индустрии играют разные, но взаимозависимые роли в повышении индивидуальной и социальной ценности туризма [1].

На современном этапе, происходит становление телевидения по отношению к сферам туристической деятельности, идет отбор новых форм работы, расширение сферы предложения и углубление его специализации. Информационные материалы о туризме призваны реализовывать, в первую очередь всего, культурно-просветительскую цель: обучать местное население искусству общения с туристами, расширять представления людей о быте, культуре и истории других народов мира. Все это может благоприятно отозваться как в формировании рынка местного народного промысла, так и в совершенствовании инфраструктуры населенных пунктов туристических центров.

На основе всего вышеизложенного делаем вывод, что создание привлекательного образа территории, это, достаточно, трудоемкий процесс, но, вместе с тем, это неотъемлемая и, крайне, важная часть в становлении и развитии региона.

Привлекательный имидж региона благотворно влияет на продвижение туристских ресурсов на международный рынок. Для того чтобы получить желаемые результаты, необходимо, прежде всего, формировать представление о туристских возможностях региона у местных жителей, этому могут способствовать различные каналы СМИ, но самым результативным из них является телевидение.

Таким образом, для формирования положительного имиджа территории необходимо создавать различные телепроекты, посвященные внутреннему туризму региона. В медиа-пространстве России, и Удмуртии, в частности, в настоящее время прослеживается тенденция увеличения внимания к туристским ресурсам и маршрутам внутреннего направления, что способствует формированию большего интереса как местного населения, так и иностранных туристов к их освоению. На наш взгляд, на уровне отдельно взятых регионов наиболее перспективны программы телевидения краеведческой направленности, формирующие любовь к своей малой Родине и стремление рассказать о ней другим, показать через туристские маршруты самое привлекательное.

Список использованных источников

1. Абдель Вахед Э.А.М. Организация перспективных направлений туризма в России с участием средств массовой информации. // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – № 20. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-perspektivnyh-napravleniy-turizma-v-rossii-s-uchastiem-sredstv-massovoy-informatsii#ixzz42t0UUjdG>.
2. Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И. История мировой журналистики. Москва: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003. 432 с. 405.
3. Кривошеева Т. М., Костромина Н. В. Средства массовой коммуникации и формирование туристского имиджа Российской Федерации. //Сервис в России и за рубежом. – 2012. – № 10. – С. 61-62. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-massovoy-kommunikatsii-i-formirovanie-turistskogo-imidzha-rossiyskoy-federatsii#ixzz42rj0J5RV>.
4. Лозовский Б.Н. Лекарство от манипуляций? – Профессиональные стандарты! // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та; Изд. дом «Филантроп», 2005. – С. 130-150.
5. Мясникова М. А. О научных подходах к исследованию сущности телевидения. // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. – 2009. – № 5-2. – С. 258. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/o-nauchnyh-podhodah-k-issledovaniyu-suschnosti-televideniya#ixzz42t4kFEG4>.
6. Мясникова М.А. Адаптивно-моделирующая функция телевидения: векторы воздействия на аудиторию // Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та; Изд. дом «Филантроп», 2008. – С. 49-61.
7. Обидина Е.Ю. Медиа-инструменты создания имиджа инвестиционное привлекательного региона. Режим доступа: https://vk.com/doc11202782_437407952?hash=fa0fdc62aefbeda412&dl=1920d689df979ec346.
8. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. – М.: Аспект-пресс, 2003. – 254 с.
9. Почепцов Г. Г. Информаци & дезинформация. К., 2001. – С. 23.
10. Почепцов Г. Г. Информационно-политически технологии. М. 2003. –С. 31.
11. Тагиров Э.Р. Формирование матрицы межкультурного туризма // Тур-фактор – 2008: Материалы междунар. науч. конф. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2008. – С. 31–33.

**ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА
УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ¹**

Оконникова Т.И.

Удмуртский государственный университет

Акатьева Л.В.

Удмуртский государственный университет

**PROBLEMS OF CREATING OF POSITIVE TOURIST IMAGE OF THE UDMURT
REPUBLIC**

Okonnikova T.I.

Udmurt State University

Akateva L.V.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы формирования позитивного туристского имиджа региона на материалах Удмуртской Республики. Реализуется цель – изучение степени сформированности и характера туристского имиджа Удмуртской Республики, выявление проблем в этой области и определение мер, которые необходимо предпринять для формирования позитивного имиджа региона. Объект исследования – туристский имидж Удмуртской Республики. Предметом исследования является определение степени сформированности и характера туристского имиджа Удмуртской Республики. Исследование осуществлялось с использованием общенаучных методов анализа и синтеза, сравнения, а также эмпирического метода социологического исследования в форме анкетирования в социальных сетях. Сделан вывод, что представления жителей различных регионов России об Удмуртской Республике довольно размыты. Основная масса опрошенных называет республику малоизвестным, информационно-ограниченным регионом. Это свидетельствует об отсутствии сформированного положительного имиджа Удмуртской Республики, что требует реализации предложенных по результатам исследования рекомендаций.

Abstract: This article discusses the issues of the formation of positive tourist image of the region on the materials of the Udmurt Republic. Implemented goal is the study of the degree of formedness and development of the tourist image of the Udmurt Republic, the identification of problems in this area and measures to be taken for the formation of a positive image of the region. The object of study is the tourist image of the Udmurt Republic. The subject of the study is determination of the degree of formedness and development of the tourist image of the Udmurt Republic. The study was realized with the use of scientific methods of analysis and synthesis, comparison and the empirical method of sociological research in the form of a questionnaire on the social networks. It is concluded that the submission of the inhabitants of different regions of Russia about Udmurt Republic is quite blurred. The majority of respondents consider that the Republic is little-known, information-limited region. It indicates the absence of positive formed image of Udmurt Republic. It requires the implementation of the recommendations proposed by the study.

Ключевые слова: имидж региона, туристский имидж региона, Удмуртская Республика.

Key words: image of the region, the tourist image of the region, Udmurt Republic.

Формирование и продвижение положительного имиджа региона, способного наиболее выгодно представить и реализовать преимущества туристского потенциала территории, представляет в современных условиях научный и практический интерес. Перед субъектами Российской Федерации стоит задача сформировать положительный имидж территорий в сознании людей, продвигать его в пределах своего региона, других

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской

субъектов Российской Федерации, а также зарубежных стран. Положительный имидж отдельных субъектов России формирует благоприятное впечатление о стране в целом, повышая её авторитет в рамках международного сотрудничества. Повсеместное управление имиджем региона реализует его экономическую функцию – повышение деловой активности населения и инвесторов, привлечение дополнительных источников финансирования, инвестиций, решение социально-экономических задач.

Одна из актуальных функций имиджа региона в современных условиях – увеличение въездного и внутреннего турпотока. Ряд регионов Российской Федерации (Москва, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Татарстан), стимулируя развитие туризма в рамках субъекта и осуществляя целенаправленную политику по формированию позитивного туристского имиджа региона, добились существенных успехов в этой области. Удмуртская Республика, как традиционно «нетуристская» территория, только в начале этого пути, что определяет постановку цели исследования – изучить степень сформированности и характер туристского имиджа Удмуртской Республики, выявить проблемы в этой области и определить меры, которые необходимо предпринять для формирования позитивного имиджа региона.

Задачи исследования:

1. Определить понятие имиджа территории.
2. Изучить специфику формирования туристского имиджа территории.
3. Провести пилотное исследование степени и характера известности Удмуртской Республики в регионах Российской Федерации.

Изучение проблемы формирования и продвижения имиджа региона имеет практическую значимость, что доказывают в своих работах такие специалисты, как Панкрухин А.П. [1], Богалдин-Малых В.В.[2], Важенина И.С., Важенин С.Г.[3], Важенина И.С. [4], Выгонский С.И. [5] и др.

Важность проблемы формирования туристского имиджа Удмуртской Республики отмечают Л.В. Баталова [6], Л.В. Баталова, Л.В. Васильева [7], Л.В. Баталова, Т.И. Оконникова [8], И.А. Гай [9], Мерзлякова Г.В., Баталова Л.В. [10], М.А. Саранча [11] и др. Наиболее полным исследованием имиджа Удмуртской Республики к сегодняшнему дню является исследование «Инвестиционная привлекательность и имидж Удмуртской республики», проведенное Ассоциацией выпускников Президентской Программы УР и Центром Высоких Технологий. Аналитическая статья с результатами исследования опубликована под авторством О.В. Вылегжанина [12].

Исследование осуществлялось с использованием общенаучных методов анализа и синтеза, сравнения, а также эмпирического метода социологического исследования в форме анкетирования.

Результаты исследования.

1. Регион как предмет изучения попал в поле зрения имиджологии сравнительно недавно. Как следствие, в настоящее время не сформировано общепризнанного определения понятия «имидж региона», в научной литературе предлагается несколько вариантов определения этого понятия.

Например, Панкрухин А.П. определяет имидж территории как совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков территории, собственного опыта людей и слухов, влияющих на создание определенного образа [13].

По мнению Важениной И.С. и Важенина С.Г. имидж региона – это сложный социально-психологический феномен, необходимым условием формирования которого являются такие свойства человеческой психики как восприятие и способность формирования ассоциативных представлений [14]. Имидж региона базируется на территориальной индивидуальности, которая включает в себя официальное описание территории, характеристику совокупности особенностей и ресурсов территории, а также

технологии и подходы к работе, экспертную информацию, уровень и качество руководства, особенности общения и др. [15].

Богалдин-Малых В.В. предлагает следующую трактовку: «имидж региона – показатель социально-экономической политики, который влияет на выбор целевой аудитории региона и стимулирует социально-экономическое развитие территории, реализуя экономическую функцию региона через привлечение капитала, в том числе инвестиционных ресурсов и экономически активного населения» Имидж характеризуется им как намеренно структурированный в соответствии с целью стратегического развития социально-экономической системы образ, призванный вызвать позитивное представление об объекте и транслируемый на значимые диалоговые аудитории [16].

Так или иначе, понятие имиджа соотносится с образом объекта, в данном случае, территории, сложившимся в сознании людей стихийно или в результате целенаправленных действий.

Регион – определённая территория, обладающая целостностью и взаимосвязью её составных элементов. Неправильно созданный образ региона будет дезинформировать целевую аудиторию. Именно поэтому необходимо сформировать целостный, положительный образ региона для обеспечения узнаваемости региона.

В зависимости от имеющегося и желаемого образа региона говорят об устойчиво положительном, слабо выраженном, застойном, противоречивом, смешанном, негативном, чрезмерно привлекательном имидже. Необходимость создания и удержания определенного вида имиджа вынуждает придерживаться соответствующей региональной политики.

2. В настоящее время признаком высокого уровня развития региона, помимо остальных социально-экономических систем, является уровень развития туризма. Туризм играет важную роль не только в экономике региона, но и в его известности и имидже, что позволяет привлечь инвестиции и субсидии в регион, повысить социальный статус региона. Кроме того, туризм при определенном уровне развития приносит высокий доход, что положительно сказывается на бюджете региона.

В последнее время на государственном уровне активно поддерживается развитие внутреннего и въездного туризма в нашей стране. В апреле 2013 года Правительством Российской Федерации была утверждена государственная программа «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы. В состав госпрограммы вошла и ранее принятая в июле 2011 года федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Мероприятия Программы направлены на повышение конкурентоспособности отечественного туристского рынка, создания условия для развития туристской инфраструктуры, привлечения инвестиций в отрасль, а также на повышение эффективности продвижения национального туристского продукта на внутреннем и международном рынках, совершенствование системы подготовки кадров. Соответственно, актуализируется необходимость формирования позитивного туристского имиджа российских регионов.

В научной терминологии существует понятие «региональный туристский маркетинг» (destinations marketing) – он производит и поставляет «стратегические образы» туристских регионов. Это имиджи городов, областей и природных условий (вплоть до воссоздания пейзажей) предлагаемого места отпуска. Готовое «изделие» индустрии туризма – это созданное ею объемное пространство, которое широко рекламируется посредством всевозможных средств массовой информации; в том числе и с использованием традиционного рекламного материала (буклеты, проспекты, иллюстрированные брошюры) [17].

Основная особенность формирования имиджа региона как туристской территории заключается в том, что эта деятельность осуществляется на уровне региональных властей. Формируется программа по формированию имиджа региона, привлекаются инвестиции и субсидии для развития туристской индустрии, разрабатываются программы по развитию

туризма в регионе, предоставляются определенные налоговые льготы и другая помощь для предприятий и организаций, занятых в сфере обслуживания. Органы власти, понимая актуальность проблемы, обладают возможностью работать над имиджем региона.

Для того чтобы быть успешным в туризме, регион должен быть привлекательным в эмоциональном плане, интересным. На этапе формирования положительного туристского имиджа перед регионами открываются богатые возможности для креатива. Уже хрестоматийным стал пример по формированию туристского имиджа г. Мышкин. Город Мышкин – административный центр Мышкинского района Ярославской области, население составляет 5932 человека. Основным направлением в развитии Мышкина с 1996 г. является туризм. Работа по привлечению туристов и созданию туристической инфраструктуры началась с проведения международного фестиваля «Мышь-96». В Мышкине расположен «Музей мыши» (собрание разнообразных изображений мыши: игрушки, посуда, скульптура и др.), «Дворец мыши» («Мышиные палаты»), проходит ежегодный международный фестиваль «Мышь» [18].

В научной литературе на сегодняшний день предложены схемы формирования имиджа территории [19], [20] и др.

При создании туристского имиджа региона рекомендуется придерживаться следующих принципов:

1. Туристский имидж отражает не только природные или историко-культурные памятники, он также зависит от его восприятия собственными гражданами. Именно поэтому имидж территории должен быть определенным, распространенным и понятным.

3. Туристический имидж региона во многом зависит от того, какие материальные и духовные ценности он экспортирует.

4. Каждый регион имеет свой базовый образ, несмотря на разнообразие характеристик региона, что существенно затрудняет процесс создания имиджа. Этот базовый образ необходимо брать за основу создания имиджа.

5. Имидж должен быть реальным, а не искусственно выдуманным, он должен содержать реальные черты и характеристики региона. Например, историко-культурное наследие, жизнь известных людей и др.

7. Процесс создания имиджа должен быть динамичным, целенаправленным и постоянным. Допускается усиление положительных характеристик региона, важных для целевой аудитории и «прикрытие» негативных характеристик.

8. Основное место в туристском имидже региона должны занимать символы и образы, которые отвечают за его индивидуальность и уникальность.

9. Героические образы прошлого и настоящего должны стать значительной частью туристского имиджа региона. Регион должен гордиться своими достижениями в различных сферах жизнедеятельности.

10. Туристский имидж региона следует рассматривать как средство реализации туристского потенциала территории [21].

Чем большим количеством различных туристских ресурсов, пригодных для рекреации, располагает территория, тем больше возможностей имеет она для привлечения туристов и для повышения продолжительности их пребывания в этом районе. Как правило, необходимо наличие:

- природных ресурсов (рельеф, климат, флора, фауна и др.);
- культурно-исторического, экскурсионного потенциала (исторические памятники архитектуры, музеи, памятные места, современные культурно-зрелищные и развлекательные объекты);
- материально-технической базы и инфраструктуры туризма (гостиницы, кемпинги, пансионаты, туристические комплексы, предприятия общественного питания, социальная инфраструктура района);
- кадровых ресурсов (обеспеченность квалифицированными специалистами в области туризма, обслуживающим персоналом соответствующего уровня, возможности

расширения рабочих мест в период туристского сезона, подготовки кадров и повышения их квалификации).

Что касается создания основного образа региона, то, выстраивая имидж региона, нужно непременно обратиться к истории, в которой есть много забытого и малоизвестного, но интересного целевой аудитории. На начальном этапе эта информация собирается и используется как база для создания образа региона.

Исходя из сопоставления идеальной картины региона с действительной, разрабатывается программа по формированию и корректировке имиджа региона и его дальнейшему продвижению. Это можно назвать имиджевыми стратегиями региона. Прежде всего, имиджевые стратегии используются для раскрытия туристического потенциала региона [22].

При формировании имиджа региона важно проектирование основного бренда региона. Яркий, устойчивый бренд региона, основанный на разнообразии впечатлений, известных личностях, положительных эмоциях, сможет привлечь инвестиции и создать новые рабочие места, способствовать динамичному региональному развитию, повышению социальной стабильности общества, реализации городских и федеральных программ развития. Бренд скажется на социальной, культурной, политической сторонах жизни региона. Также можно использовать достопримечательности региона в качестве бренда.

Важное значение в формировании положительного образа региона имеет освещение его жизнедеятельности в средствах массовой информации. Так, регулярное упоминание о регионе как о благоприятном для рекреации месте привлечет большее число туристов, нежели сформировавшийся образ криминально опасной и непривлекательной территории.

Необходимое условие формирования имиджа региона – это выявление целевой аудитории, поскольку необходимо знать мнение потенциальных туристов, которые принимают решение о выборе региона для посещения.

Имидж региона требует немалых вложений в случае, если регион не обладает в достаточной мере благоприятными условиями для развития туристской сферы. Тем не менее, формирование благоприятного имиджа региона является менее затратным способом привлечения туристов, так как он направлен на усиление положительных качеств территории, а не их создание. Конечно, размер затрат на формирование положительного имиджа региона зависит от изначального имиджа. Если он положительный, такой, например, как в г. Санкт-Петербург, то он не требует серьезных вложений на его формирование. Если имидж территории негативный или нейтральный, стратегия продвижения региона обязана включать в себя мероприятия, направленные на анализ, оценку туристского потенциала, разработку политики формирования благоприятного имиджа, создание информационных потоков, обустройство территории, развитие инфраструктуры и т.д. Кроме того, по мере увеличения интереса к региону, необходимо вложение средств в мероприятия, направленные на поддержание инфраструктуры, уровня обслуживания.

Таким образом, можно сказать, что формирование положительного туристского имиджа региона – комплексное мероприятие, включающее в себя определение целевой аудитории, сильных сторон региона, отношения со средствами массовой информации, которое невозможно без участия региональных органов власти.

3. Удмуртская Республика – регион с достаточно развитым туристским потенциалом, включающим живописные природные ландшафты и уникальное историко-культурное наследие, известные санатории и музеи, популярные событийные мероприятия. Туристско-рекреационные ресурсы региона позволяют развивать различные виды туризма: культурно-познавательный, этнографический, лечебно-оздоровительный, промысловый, экологический, событийный, сельский и др. Республика обладает туристскими брендами мирового и российского значения – имена конструктора М.Т. Калашникова, композитора П.И. Чайковского, героя Отечественной войны 1812 г. Надежды Дуровой, бренды «оружейная столица России», «родина пельменя», «Сибирский

тракт», в Удмуртии проживает первый состав известной фольклорной группы «Бурановские бабушки». Между тем, уровень развития туризма в республике невысокий, хотя, следует отметить, что в последние годы благодаря реализации Республиканской целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике (2012-2018 гг.)» наблюдается существенный рост внутреннего и въездного турпотока.

Один из важнейших факторов, тормозивших развитие туризма в Удмуртии – традиционный статус региона как военно-промышленного, длительное время закрытого для массового въезда туристов. И если сегодня имидж республики, сформировавшийся в советский период, уже теряет актуальность, новый четкий образ территории еще не сформировался [23]. Поэтому вопрос формирования позитивного туристского имиджа Удмуртской Республики является крайне актуальным.

Первый этап формирования имиджа предполагает выявление сложившегося имиджа Удмуртии у целевой аудитории, что невозможно без организации масштабного социологического исследования, актуальность которого несомненна, но пока его проведение усложнено отсутствием средств. На данный момент нами было проведено пилотное социологическое исследование в форме анкетирования. Было опрошено 100 респондентов. Выборка случайная. В числе опрошенных 31 % – мужчины, 69 % – женщины. Анкета была размещена в социальных сетях в сети Интернет. В числе респондентов оказались жители Московской, Челябинской, Свердловской областей, Удмуртской Республики, Республики Татарстан и г. Санкт-Петербург.

Цель исследования – определить степень и характер известности Удмуртской Республики среди жителей различных регионов Российской Федерации.

Задачи исследования:

- выявить степень известности Удмуртской Республике за ее пределами;
- выяснить, посещали ли респонденты Удмуртскую Республику, с какой целью, какие объекты им запомнились;
- определить достаточность и важность информирования жителей России о нашей республике;
- определить факторы, влияющие на формирование туристского имиджа Удмуртской Республики.

Результаты анкетирования выглядят следующим образом.

На первый вопрос, который отражал степень известности Удмуртии в российских регионах, 70,6% опрошенных назвали Удмуртию малоизвестным регионом, 26,4% – известным, а 3% – неизвестным.

На вопрос «Слышали ли Вы когда-нибудь об Удмуртии? (укажите источники информации)» 100% респондентов ответили утвердительно, назвав при этом следующие источники: новостные программы на телевидении, в сети Интернет, знакомые, друзья, родственники и др.

На вопрос «Сможете ли Вы определить географическое расположение Удмуртии?» 68% респондентов смогли определить географическое местонахождение Удмуртской Республики, 3,6% не определили, а 28,4% ошиблись в точном нахождении республики.

На вопрос: «Какие ассоциации возникают у Вас при упоминании Удмуртии?» респонденты в основном давали ответы: «автомат Калашникова», «биатлон», «тихое место», «река Кама» и др.

При ответе на вопрос: «Посещали ли Вы Удмуртию?» 30,8% респондентов ответили «Да» и 69,2% – «Нет». Указывая цель посещения Удмуртии респонденты дали следующие ответы: поездки к друзьям или родственникам, деловые поездки (командировки).

На вопрос: «С какой целью Вы бы хотели посетить Удмуртию?» 46,2% опрошенных отметили, что хотели бы посетить Удмуртию с познавательными целями, 20,7% предпочли бы деловой туризм, а 33,1% – рекреационный туризм.

На вопрос: «Какие объекты Вы посещали в Удмуртии?» респонденты дали следующие ответы: Зоопарк, Свято-Михайловский собор, Цирк, музей М.Т. Калашникова, тир, «Галерея» и др.

На вопрос: «Знаете ли Вы, что Удмуртия – родина таких известных людей (или место их проживания), как П.И. Чайковский, Г.А. Кулакова, М.Т. Калашников?» 93,5% респондентов ответили положительно, 6,5% удивились, узнав, что Удмуртия – родина таких великих людей.

На вопрос: «Как Вы считаете, имидж Удмуртии вызывает сильный положительный эмоциональный отклик по России?» положительно ответили 12,9%, отрицательно 32,5%, затруднились с ответом – 54,6%.

На вопрос «Как Вы считаете, достаточно ли рекламы или информации об Удмуртии?» 11,2% опрошенных ответили, что они встречают достаточно информации об Удмуртии, 67,3% ответили «недостаточно», 21,5% – затруднились ответить.

На вопрос о символах, которые могли бы положительно сказаться на имидже Удмуртии 56,7% отметили вариант «М.Т. Калашников», 16,9% – «Г.А. Кулакова», 6,9% – «образ родникового края», 1,3% – «образ пельменя», в качестве своего варианта в большинстве своем послужили ответы – «родина П.И. Чайковского».

На вопрос «Считаете ли Вы достаточным выбор предприятий размещения в Удмуртии?» 60% респондентов ответили положительно, считая, что в Удмуртии достаточно средств размещения, 40% опрошенных не согласны с этим.

На вопрос «Как Вы считаете, можно ли продвинуть имидж Удмуртии по России посредством использования технологий «черного PR» и антирекламы?» все респонденты ответили отрицательно.

При ответе на вопрос о том, что препятствует высокому уровню посещаемости туристов в Удмуртии, большинство респондентов (65,3%) отметили отсутствие достаточной информации об Удмуртии, 20,6% – слабую туристскую привлекательность Удмуртии, 11,7% – устаревшие формы и методы работы с туристами и 2,4% – другое (недостаточно развитая инфраструктура, отсутствие заинтересованности в посещении региона).

На вопрос «Как Вы считаете, необходимо ли проводить презентации туристского потенциала Удмуртии?» ответ всех респондентов был однозначным, все отметили необходимость презентации туристского потенциала республики.

Ответы на вопрос «Какой рекреационный ресурс более привлекает Ваше внимание?» позволили определить основные рекреационные потребности респондентов. 12,4% опрошенных ответили, что им важен в основном климат в зоне посещения, 23,8 – водные рекреационные ресурсы, 4,9% отметили бальнеологические и грязелечебные ресурсы, ландшафт интересен 2,8% опрошенных. Большинство респондентов отдыхают с познавательными целями (45,6%), а в качестве своего варианта в основном были ответы: спортивный, экстремальный отдых (10,5%).

Наиболее частыми ответами на вопрос «Как Вы считаете, что оказывает наибольшее влияние на формирование благоприятного имиджа Удмуртии?» были: действия администрации Удмуртской Республики, развитие инфраструктуры, развитие туризма, информационная работа с федеральными СМИ, проведение крупных социально-культурных мероприятий.

Таким образом, проведя социологическое исследование можно сказать, что представления жителей России об Удмуртской Республике довольно размыты. Основная масса опрошенных называет республику малоизвестным, информационно-ограниченным регионом. Треть респондентов посещала территорию Удмуртии, но с деловыми или семейными, дружескими визитами. Никто из опрошенных не посещал Удмуртию специально с туристской целью.

Образ Удмуртии складывается из имен известных людей: П.И. Чайковский, Г.А. Кулакова, М.Т. Калашников. Это благодаря освещению в новостных программах

значимых событий, происходящим в Удмуртии. К примеру, 175-летний юбилей П.И. Чайковского, всеобщий интерес к лыжному спорту и биатлону, жизнь и деятельность великого конструктора М.Т. Калашникова.

При проведении исследования выяснилось, что респонденты владеют скудной информацией о туристских ресурсах Удмуртии, с трудом отвечали на вопросы, касающиеся достопримечательностей республики. Это подтверждают и ответы на вопрос «Что, по вашему мнению, препятствует высокому уровню посещаемости туристов в Удмуртии?». Большинство респондентов отметили вариант «отсутствие достаточной информации об Удмуртии». Респонденты единогласно отметили необходимость презентации туристского потенциала Удмуртии.

В качестве одной из задач исследования была поставлена задача выяснить туристские потребности потенциальных туристов, т.е. какие рекреационные ресурсы их привлекают. Большинство опрошенных указали ресурсы познавательного туризма. Это говорит о том, что Удмуртия как туристская территория, имея богатое историко-культурное наследие, полностью отвечает требованиям туристов.

Выявляя факторы, влияющие на благоприятное развитие имиджа Удмуртии как туристской территории, результаты исследования показали следующее: действия администрации Удмуртской Республики, развитие инфраструктуры, развитие туризма, информационная работа с федеральными СМИ, проведение крупных социально-культурных мероприятий.

Таким образом, выяснились основные недостатки существующего туристского имиджа Удмуртии: отсутствие достаточной информации об Удмуртской Республике; низкий уровень освещенности в федеральных новостных программах событий туристского характера. Удмуртия считается малоизвестным регионом. Все респонденты о ней слышали, но затруднялись с ответами на более подробные вопросы о республике.

Тем не менее, республика обладает высоким туристским потенциалом, что сможет удовлетворить потребности туристов в познавательном, лечебном, спортивном, этнографическом и других видах туризма, реализуя правильную информационную политику.

Основываясь на вышесказанном, можно предложить следующие рекомендации по формированию туристского имиджа Удмуртской Республики.

1. Необходимы разработка и принятие программы по формированию имиджа Удмуртской Республики, что позволит скоординировать усилия различных структур и придать целенаправленный характер действиям, влияющим на формирование имиджа республики.

2. Необходимо активизировать деятельность республиканского туристско-информационного центра, который должен вести целенаправленную работу по формированию позитивного имиджа республики, в том числе туристского имиджа.

3. В качестве базового образа туристского имиджа региона необходимо использовать уникальные исторические и этнокультурные особенности республики. Наибольшим потенциалом обладает историко-культурное наследие, связанное с этнографическим туризмом и объекты, связанные с именами М.Т. Калашникова и брендом «Оружейная столица России».

4. Необходимо проводить просветительскую работу среди населения республики с целью популяризации природного и историко-культурного наследия, туристских объектов, региональных туристских маршрутов, экскурсионных программ с тем, чтобы мнение населения способствовало формированию позитивного имиджа республики.

5. Необходимо создание в республике самостоятельного органа власти, курирующего вопросы только туризма (в статусе Министерства, Госкомитета).

6. Рекомендуются использовать креативные и инновационные идеи населения. В этих целях можно организовать прием предложений от всех желающих, провести конкурсные мероприятия, учредить гранты и др.

7. Необходимым условием благоприятного туристского имиджа является развитая туристская инфраструктура, что включает в себя открытие новых средств размещения туристов, строительство международного аэропорта, строительство и ремонт дорог, мостов, набережных, обустройство пляжных зон, обработка лесных зон от клещей, создание и обустройство парковочных мест для туристов и др.

8. Необходимо развитие новых видов туризма на основе использования рекреационных возможностей республики.

9. Необходимо постоянное, регулярное информирование жителей России и зарубежья о туристском потенциале Удмуртской Республики посредством участия в выставках, форумах, конференциях, организации и проведения пресс- и инфо-туров для журналистов региональных и федеральных средств массовой информации, работу специальных информационных ресурсов в сети Интернет, выпуск и распространение печатной продукции рекламного и информационного характера.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что уровень развития благоприятного имиджа республики определяется его возможностью выгодно использовать внутренний потенциал территории. Это улучшит общее восприятие региона и его конкурентоспособность в долгосрочной перспективе. Удмуртская Республика обладает значительными туристскими ресурсами, разумное использование которых приведет к развитию туристской сферы и позволит привлечь инвестиции в регион, увеличить количество рабочих мест, улучшить социально-экономическую ситуацию в республике. Для привлечения большего числа туристов необходимо создать образ уникального региона, благоприятного для посещения в туристских целях. Региональным органам власти нужно работать слаженно, а также общаться с населением, привлекая его идеи для развития туризма. Необходимо изменение организационной структуры управления сферой туризма, создав единый орган для решения данных вопросов. Тем не менее, не нужно забывать, что для ускоренного развития туризма в настоящее время особенно актуально применение инноваций, это касается и применения новых форм работы с туристами, современных средств и форм коммуникаций, а также развитие новых видов туризма.

Список использованных источников

1. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
2. Богалдин-Малых В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы. – М.: МПСИ, 2004. – 560 с.
3. Важенина И.С., Важенин С.Г. Имидж как конкурентный ресурс региона // Регион. – 2006. – №4. – С. 17-19.
4. Важенина И.С. Имидж и бренд региона: сущность и особенности формирования. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-i-brend-regiona-suschnost-i-osobennosti-formirovaniya>.
5. Выгонский С.И. Что такое региональный имидж? // Регион. – 2006. – № 6. – С. 20-21.
6. Баталова Л.В. Актуальные проблемы и перспективы развития туризма в Удмуртии на современном этапе // Социальная теория и проблемы информационного общества: Материалы международного симпозиума, 30-31 октября 2009 г. – Ижевск: Удмуртский университет, 2009. – 448 с.
7. Баталова Л.В., Васильева Л.В. Туризм в Удмуртии: история и современность. – Ижевск: «Удмуртский университет», 2012. – 438 с.
8. Баталова Л.В., Оконникова Т.И. Ижевск – оружейная столица России. – Режим доступа: <http://futura-russ.ru/traveltogether/travel-russia/izhevsk.html>.

9. Гай И.А. К вопросу о современном состоянии культурно-познавательного туризма в Удмуртии // Современные социально-политические технологии: смыслы и ценности: Материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием 25-26 марта 2009 года: в 2 ч. Ч.1. / Под общ.ред. Г.В. Мерзляковой. – Ижевск: УдГУ, 2009. – С. 63-89.
10. Мерзлякова Г.В., Баталова Л.В. Становление и развитие внутреннего туризма в Удмуртии // Вестник Удмуртского университета. – 2013. – № 3. – С. 147-160.
11. Саранча М.А. Потенциал и организация развития туристско-рекреационной деятельности в Удмуртской Республике: географический анализ и оценка на основе географических информационных систем: монография. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2011. – 220 с.
12. Вылегжанин О.В. «Инвестиционная привлекательность и имидж Удмуртской республики» (аналитическая записка). Режим доступа: www.avppur.ru/ru/download/imige_reserch.
13. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. – СПб.: Питер, 2006.
14. Важенина И.С., Важенин С.Г. Имидж как конкурентный ресурс региона // Регион. – 2006. – №4. – С. 17-19.
15. Важенина И.С. Имидж и бренд региона: сущность и особенности формирования. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-i-brend-regiona-suschnost-i-osobennosti-formirovaniya>.
16. Богалдин-Малых В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы. – М.: МПСИ, 2004. – 560 с.
17. Богалдин-Малых В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы. – М.: МПСИ, 2004. – 560 с.
18. Таранова Ю.В. Формирование имиджа региона в условиях глобализирующегося сетевого общества. – Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2012_5/Taranova_2012_5.pdf.
19. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
20. Богалдин-Малых В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы. – М.: МПСИ, 2004. – 560 с.
21. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
22. Спирченко М. А. Образ, имидж и бренд туристского города/ Режим доступа: http://archvuz.ru/magazine/Numbers/2007_22/template_article?ar=K21-40/k23.
23. Вылегжанин О.В. «Инвестиционная привлекательность и имидж Удмуртской республики» (аналитическая записка). Режим доступа: www.avppur.ru/ru/download/imige_reserch.

**ВОЗМОЖНОСТИ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ В ПРОДВИЖЕНИИ
ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ**

Поздеева А.В.

Удмуртский государственный университет

**CAPABILITIES OF TRAVEL JOURNALISM IN PROMOTION OF TOURISM
DESTINATION**

Pozdeyeva A.V.

Udmurt State University

Аннотация: Данная статья раскрывает трэвел-журналистику как важнейший инструмент продвижения туристской дестинации. На конкретных примерах изучены разные методы подачи информации об одной и той же дестинации, проведён анализ телепередач.

Abstract: This article reveals travel journalism as an essential tool for promotion of tourism destination. Specific examples studied by different methods of presenting information about the same destination, the analysis of TV programs.

Ключевые слова: трэвел-журналистика, туризм, туристская дестинация.

Key words: travel journalism, tourism, travel, tourist destination.

Основной составляющей развития туризма является его правильное преподнесение в массы, его информационное и рекламное продвижение в мире. От этого зависит популярность туристской дестинации. Туристская дестинация решающий элемент туристской системы. Ее можно охарактеризовать как центр (территорию) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов [10]. Для успеха того или иного коммерческого мероприятия по сбыту туристских услуг необходимо наличие определенного минимума стимулирующих мер, которые осуществляются в комплексе с рекламной работой и другой коммерческой деятельностью.

Методы продвижения туристской дестинации могут быть рекламными и нерекламными. Последнее воспринимаются потребителями как рекомендации и имеют больший отклик, при этом требуют меньших затрат.

Одним из этих методов является трэвел-журналистика. Это популярное направление журналистики позволяет зрителям создать свой образ туристской дестинации. Человек с экрана рассказывает о своем путешествии телезрителям, но при этом не перенасыщает его информацией, а даёт зацепки для того, что зритель уже шёл собирать свой чемодан. Даже те, кто не может себе позволить заграничные поездки хотят иметь представление об остальном мире, не стереотипное и клишированное, а оригинальное, из первых рук. При этом они могут вдохновиться и купить турпродукт где-нибудь поблизости. В современном мире технологий из жанра путевой очерк выросло целое направление трэвел-журналистики.

Качественное произведение трэвел-журналистики, созданное с соблюдением этических норм, способствует созданию, распространению и укреплению культурного образа народов, стран. А выразительные средства телевидения позволяют телевизионным передачам о путешествиях обеспечить зрителя наиболее полной и наглядной информацией.

Проанализировав ниже трэвел-передачи об одной и том же месте, мы попытаемся доказать, что туристскую дестинацию можно раскрыть с разных сторон, используя различные методы трэвел-журналистики. Сначала мы разберем понятийный аппарат, а

после на конкретных примерах будут изучены методы подачи информации о туристской дестинации.

Отношение общества к самому термину «трэвел-журналистика», еще не отраженному словарями, неоднозначно. Многие придерживаются следующего термина. Трэвел-журналистика (от англ. travel journalism) – это особое направление журналистики, которое предоставляет массовому потребителю информацию о путешествиях, затрагивает темы истории, географии, культуры, искусства, туризма, этики, философии и другие [9]. Мы рассмотрим только одну ветвь этого направления, но одну из самых популярных – это трэвел-передачи.

Неоднозначно определение и туристской дестинации. Боголюбов В.С. и Орловская В.П. [1] рассматривают туристскую дестинацию как ключевой элемент сферы туризма и характеризуют ее как размещенный на определенной территории довольно компактный объект (центр) с обширным перечнем удобств, средствами оказания услуг, позволяющих обеспечить широкий спектр нужд туристов. В рамках данного подхода территорию, расположенную вокруг такого объекта (центра), называют регионом туристской дестинации.

Понятие туристской дестинации в современном представлении в контексте туристского бизнеса было введено Н. Лейпером, как «географическая территория, обладающая привлекательностью для туристов» [10].

С позиций отечественной туристики, дестинация характеризуется наличием туристской инфраструктуры, на базе которой туристам предоставляется набор услуг, отвечающих потребностям в размещении, питании, транспорте, отдыхе, развлечениях и других физических, эмоциональных, познавательных, информационных услугах [5].

Бухалис Д. считает, что ключевыми характеристиками дестинации являются шесть основных признаков: достопримечательности (attractions), доступность и вспомогательные услуги (accessibility and ancillary services), инфраструктура, которая трактуется как «комфорт коммунальных удобств» и в контексте данного подхода практически ассимилируется понятием «все, что способствует хорошему отдыху» (amenities 3), наличие туристского продукта (available packages) и развлекательные мероприятия (activities) [7]. Указанные выше шесть признаков были положены им в основу своего подхода, который формулируется как «дестинация – это 6 «А».

После того, как сформировалась качественная туристская дестинация необходимо её продвижение в кругу туристов. Маркетинг туристских дестинаций направлен на формирование, продвижение и позитивное развитие их имиджа, что является важнейшим условием привлечения туристов.

Особую роль в привлечении туристов в ту или иную дестинацию играет профессионально выстроенная рекламно-информационная деятельность. Реклама играет ведущую роль, но не является единственным инструментом маркетинга на всех уровнях туристских дестинаций. Существенную роль в их продвижении играют мероприятия по связям с общественностью, а также инструменты прямого маркетинга (личные продажи), принимающие форму различного рода переговоров. Во многих странах уделяется огромное внимание созданию образов городов, регионов, страны в целом привлекательных для туристов. Например, в США, которые не могут похвастаться многовековой историей, во всех штатах каждое место, где проходило то или иное более или менее известное событие, «раскручивается» с целью привлечения туристов и ему придается определенный имидж: Техас – «край ковбоев», Тенесси – «родина кантри-музыки», Джорджия – «сердце американского юга» и т.д. [6].

В маркетинговых коммуникациях по продвижению туристских дестинаций широко используются также мероприятия событийного характера (англ. event marketing)', крупные международные мероприятия (например, Олимпийские игры), национальные, региональные и местные праздники, спортивные соревнования, уникальные природные

явления на конкретной территории в определенное время, специально организуемые соревнования по экзотическим видам спорта.

В качестве одного из важнейших инструментов продвижения туристских дестинаций также используется трэвел-журналистика. Она оказывает большое влияние на популяризацию туристской дестинации, т.к. не подразумевает прямой рекламы, а рассказывает об особенностях дестинации «по-дружески». Это позитивно влияет на имидж дестинации.

Рассмотрим 3 трэвел-передачи, которые рассказывают об одной дестинации, используя разные методы подачи информации. Дестинацией в этих случаях является республика Крым. Мы рассмотрели передачи «Одна на планете», «Операция «Крым» и «Человек мира» [2, 3, 4].

Перечислим факторы, по которым мы сравнивали передачи и проводили анализ:

- Типажи ведущих
 - 1) уже известная личность (шоумен, музыкант, актер);
 - 2) географ, эколог, зоолог, натуралист, в общем, тот, кто профессионально разбирается в одной из областей, касающихся путешествий;
 - 3) профессиональный телеведущий, который уже широко известен аудитории;
 - 4) новое лицо на медиaprостранстве, не путешественник, но с развитым интеллектом и багажом знаний.

- Формы подачи
 - 1) «дружеские» рекомендации;
 - 2) Форма, соответствующая специфической тематике (терминология, сленг и др.);
 - 3) энциклопедическая, при которой материал носит научно-познавательный характер.

- Коммуникативные намерения автора
 - 1) Документальный режим – программа обращается к телезрителю как к познающему субъекту. В этом режиме упор делается на образовательной информации, задача программы – информировать, просветить зрителя. В таком случае обычно ведущий программы – авторитетная персона. В передаче упоминаются исторические, географические факты, применяется архивная съемка, фотографии. Непосредственные участники событий – местные жители, эксперты или информаторы – важные действующие лица, которые помогают осмыслить замысел программы.

2) Развлекательный режим – программа обращается к зрителю как к «другу». Автор программы предлагает своей аудитории досуговое телевидение, с его широким спектром развлекательных жанров – от кулинарных трэвел-программ до игровых и реалити-шоу. Акцент делается на развлечении обывателя. Важное место в таких программах занимает юмор, как один из способов расстановки акцентов в противопоставлении «мы»/«другие».

3) Потребительский режим – программа обращается к зрителю как к «потребителю». Коммуникативное намерение программы – вдохновить телезрителя на путешествие, то есть развлечь и дать полезную информацию о месте путешествия. Потребительский режим преобразовывает программу в рекламную инструкцию по применению: демонстрируются живописные пейзажи, даются советы относительно времяпрепровождения, кухни, выбора развлечений и прочей туристической информации. Таким образом, потребительский режим трэвел-программ делает из зрителя потребителя туристических услуг.

- Виды отношений путешественника и дестинации
 - 1) Симбиотический вид. Этот вид отношений завязывается, когда путешественники стремятся быть ближе к местным жителям и проникнуть внутрь хост-культуры, что проявляется в участии в местных праздниках, церемониях, остановках в гостях у местных жителей (англ. homestay). Внимание в программе симбиотического характера сосредоточено на индивидуальном эмоциональном опыте, полученном в ходе

путешествия. Зачастую это может проявляться в разнообразном взаимодействии ведущего с камерой (камера в руках ведущего, камера «идет» по стопам ведущего или «повторяет» движения), включении определенных спецэффектов, музыки, других ассоциативных элементов. Таким образом, симбиотические отношения создаются при глубоком проникновении героем-путешественником в местную культуру посредством построения особой драматургии и визуальной концепции программы.

2) Антагонистический вид. Этот вид отношений складывается, когда путешественник не вовлечен в процесс путешествия, смотрит на места и людей с безопасного расстояния. Герой в такой программе не принимает участия в каких-либо совместных видах деятельности с местными жителями. Зачастую мы даже не видим героя на экране, он лишь читает закадровый текст. Путешествие получается абстрактным: картинка включает панорамы, карты, живописные виды экзотических мест и людей.

- Виды текстов

1) «новостные» трэвел-тексты (англ. the news type) – это информационная, исследовательская журналистика по тематике путешествий и туризма;

2) тексты – «инструкции» (англ. the service and advice type) представляют примеры досуговой журналистики. В таких текстах подается информация, которую можно использовать в путешествии: где остановиться, где поесть, куда ходить и т. д.;

3) в «дестинационных» (англ. the destination type) трэвел-текстах внимание акцентируется на местах, где собственно и происходят путешествия. В таких текстах среда не просто является фоном для путешественника-отдыхающего, а субъектом повествования. В дестинации постоянно что-то происходит – эта среда создает условия для развития истории. В «дестинационных» историях не столь важно расстояние от страны зрителя до хост-страны (от англ. host – хозяин, принимающий гостей, т. е. в случае трэвел-программы – страна путешествия) – это могут быть и соседние страны – более важна секретная, скрытая, неожиданная составляющая дестинации.

Кроме всего вышеперечисленного, факторами раскрытия дестинации могут быть речь телеведущего, его имидж и, конечно же, операторская работа.

После обострения политической ситуации на Украине и присоединения Крыма к России стал актуален вопрос о жизни в Крыму и его нынешней ситуации. Журналистов интересовала бытовая жизнь граждан Крыма, реальная обстановка в республике, так как разные источники давали совершенно отличную друг от друга информацию. Напомнить о советской Украине, узнать о нравах и обычаях коренных народов, посмотреть на сегодняшнюю туристическую Ялту отправились журналисты и трэвел-программ. И не зря, ведь нынешнее поколение знает о Крыме не много, что доказывают и жители Ижевска. В основном, они упоминают памятник архитектуры и истории Ласточкино гнездо, город-герой Севастополь и удачные живописные места для кинематографа (см. Приложение 2). О богатстве полуострова, его жителях и истории совершенно с разных сторон рассказали нам трэвел-передачи «Одна на планете», «Человек мира» и «Операция «Крым».

Как мы видим, все рассматриваемые передачи позиционируют ведущих обычными туристами, но совершенно по-разному это преподносят. Исходя из видов ведущих, которые мы определили выше, можно отнести к некоторым из них ведущих исследуемых программ.

1) профессиональный телеведущий, который уже широко известен аудитории – Анастасия Чернобровина, популярная ведущая программы «Утро России» и Андрей Понкратов, ведущий программы «Вокруг света»;

2) новое лицо на медиапространстве, не путешественник, но с развитым интеллектом и багажом знаний – к этому виду относятся Станислав Булгаков.

«Операция «Крым» начинает свой путь из Удмуртии и высчитывает каждую потраченную монету: за проезд, за жилье, за еду и прочее. Поэтому туристы могут уже заранее знать, сколько они потратят денег, если задумают ехать в Крым. Кроме этого, они показывают, как может отдохнуть богатый турист, а как тот, чей бюджет ограничен. Эта

передача – своеобразный гид по республике. «Одна на планете» же больше нацелена показать бытовую сторону республики и найти то, чего нет в других местах. Ведущая рассказывает нам о жизни людей на полуострове в настоящее время и кратко даёт исторические данные. Мы не видим, чем питается и где живет ведущий, в кадре только его приключения. «Человек мира» практически полностью погружен в историю республики, он знакомит нас с достопримечательностями, знаменитыми людьми.

Отличается и манера разговора ведущих в телепередачах. Анастасия Чернобровина соответствует своей задаче показать картину жизни крымчан – её язык простой, без научных терминов. Она пользуется простыми предложениями и использует общепонятные слова, но избегает слов-паразитов. Изредка можно услышать такие слова как «класс» в значении «очень хорошо», «ух ты», «ну-ка». Также Анастасия часто в кадре разговаривает с местными жителями. Анастасии Чернобровиной присуще медленное повествование, она растягивает гласные буквы, тем самым, как будто успокаивая телезрителя.

Андрей Понкратов ведет свой рассказ со своеобразным юмором. Так про Крым получились даже маленькие анимационные сценки. Андрей очень часто использует цитаты, чтобы что-то описать вместо своих ощущений. Например, «как говорил Жорж Милославский из фильма про Ивана Васильевича: «А эт я здорово зашел». А. Понкратов не используется сленгов, рассказ ведёт живым литературным языком, но использует и просторечье: «походники», «картошечку», «не любят». В отличие от А. Чернобровиной Андрей меньше ведет диалог в кадре со своими героями, мы чаще слышим закадровый голос. Станислав Булгаков так же как предыдущие ведущие пользуется общепонятными словами, без жаргона, сленгов и научных терминов. Изредка встречаются фразеологизмы, например, «рукой подать».

Отличительным методом подачи материала у Чернобровиной является то, что она сама всегда «на своей шкуре» испытывает то, о чем рассказывает. Ведущая вместе с монахами собирает мёд, ловит рыбу с местными рыбаками. В «Операции «Крым» не готовят блюда, а просто пробуют; не знакомят зрителей с местными профессиями, а большую часть вместо этого посвящают рассказам о месте, где им предстоит переночевать, за что и сколько заплатить.

Для «Операции «Крым» характерна такая форма подачи трэвел-журналистского материала, как «дружеские» рекомендации. «Человек мира» придерживается формы подачи энциклопедической, при которой материал носит научно-познавательный характер.

В зависимости от коммуникативных намерений ведущих «Человек мира», «Одна на планете» и «Операция «Крым» носят документальный и потребительский характер. Первые две повествуют в документальном режиме. Программы обращаются к телезрителю как к познающему субъекту. Акцент делается на образовательной информации, задача программы – информировать, просветить зрителя. В программах упоминаются географические, исторические факты, в «Человеке мира» используется архивная съёмка, фотографии. Непосредственные участники событий – местные жители, эксперты. «Операция «Крым» носит потребительский характер и обращается к зрителю как к потребителю. Коммуникативное намерение программы – вдохновить телезрителя на путешествие, т.е. развлечь и дать прикладную информацию о месте назначения. Потребительский режим превращает программу в инструкцию по применению: демонстрируются живописные пейзажи, даются советы относительно кухни, развлечений и прочей туристической информации.

Согласно разновидностям отношений путешественника и географической территории, где он странствует, можно сделать такие выводы. Две рассмотренные передачи имеют симбиотический вид отношений – это «Человек мира» и «Одна на планете». Ведущие стремятся быть ближе к местным жителям, они останавливаются у них в гостях. Этот тип отношений проявляется и в визуальной концепции программы: этому

способствует использованию портативной видеокамеры, крупных планов и других элементов, демонстрирующих приближение к местным жителям. Особенно явно это в программе Анастасии Чернобровиной. У Станислава Булгакова складывается скорее антагонистический вид отношений. Он не проникает в жизнь местных жителей, не принимает участие с ними в каких-либо совместных видах деятельности, смотрит на расстоянии.

Характерной чертой трэвел-программ является постоянное участие ведущего в происходящем на экране. При этом он не просто приезжает в разные города/места, чтобы просто осмотреть всё вокруг. Например, Анастасия Чернобровина сама создает сюжет, она является смысловым центром, и сама все на себе пробует. Эффективность восприятия телевизионной продукции во многом зависит от образов телеведущих. Роль ведущего в передаче-путешествии очень велика. Он является «лицом» программы, ее отличительные особенности проявляются не только в придуманных концепциях, но во многом благодаря уникальной харизме ведущего, свойственной только ему манеры повествования, знания его личности зрителями и их соответствующих ожиданий и т.д. Конечно, для ведущего географической программы полезно являться профессионалом в области путешествий, кроме того, иметь приятную внешность и профессионально поставленную речь.

Во всех трех программах ведущие не выделяются своим внешним видом, они выглядят как обычные туристы. Но имидж у каждого свой. Андрей Понкратов харизматичен, умело пользуется юмором. Он старается не шокировать своих зрителей и придерживается одного стиля в одежде и внешности. Озвучивает текст он с особыми, присущими только ему, интонациями. А. Понкратов раскованно ведёт себя перед объективом телекамеры, энергичен, обладает чувством юмора. Это же можно сказать и о Станиславе Булгакове.

В противоположность этим двум программам, «Одна на планете» отличается доминированием эстетического начала и вниманием к симпатичным жанровым сценкам. В выпуске про Крым такие кадры сменяют друг друга: отец с дочерью пасут коров, монахи собирают мед, рыбаки радуются своему улову. Ведущая передачи А. Чернобровина в любом месте найдет удивительных и неповторимых героев для своей программы. Она описывает их необычно. Например, немало внимания она выделяет дочке пастуха, которую пора бы уже выдать замуж. Своими вопросами Анастасия характеризует этого героя. Она не просто пастух, а девушка, которая ухаживает за собой, красит ногти, носит платья, делает прическу. Чувствуется любовь ведущей к своим героям, искренность.

Трэвел-передачи направлены на определенный сегмент туристского рынка. Большинство таких передач относится к трем типам аудитории. Это могут быть те, которым нужно только отдохнуть под солнцем, те, которые интересуются историческими событиями дестинации и те, которые хотят узнать жизнь других людей изнутри (например, бродяги и автостопщики).

Мы пришли к выводу, что продвижение туристской дестинации с помощью трэвел-журналистики может быть разным. Нельзя останавливаться на одной трэвел-передаче, которая показала туристскую дестинацию. Можно раскрывать и продвигать дестинацию совершенно с разных сторон при помощи одного инструмента маркетинга – трэвел-журналистики.

Список использованных источников

1. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма, М.: Академия, 2005. – 192 с.
2. Выпуск программы «Одна на планете» от 25.10.14 г. [Электронный ресурс] // Информационный портал Россия новая [Офиц. сайт]. URL: <http://russnov.ru/krym-priyatnoe-svidanie-25-10-2014> (дата обращения 12.03.16).
3. Выпуск программы «Операция «Крым» от 2.06.14 г. [Электронный ресурс] // ТНТ-Новый Регион [Офиц. группа]. URL: <https://vk.com/videos->

16693798?q=%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%BA%D1%80%D1%8B%D0%BC§ion=search (дата обращения 13.03.16).

4. Выпуск программы «Человек мира» от 12.09.14 г. [Электронный ресурс] // Видеохостинг YouTube. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=NoU7r8fR1nc> (дата обращения 14.03.16).

5. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий / Е. А. Джанджугазова. – М.: Академия, 2006. – 224 с.

6. Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика и управление туристской деятельностью: учебное пособие в 2-х частях. Ч. 1. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 268 с.

7. Кирьянова Л.Г. «Туристская дестинация» как комплексный концепт и ключевой элемент туристской системы [Электронный ресурс] // URL: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:bh2VHgjeHs8J:cyberleninka.ru/article/n/turistskaya-destinatsiya-kak-kompleksnyy-kontsept-i-klyuchevoy-element-turistskoy-sistemy+&cd=1&hl=uk&ct=clnk&gl=ua> (дата обращения 8.03.16).

8. Показаньева И.В. К теоретизации отношений автора и дестинации в трэвел-журналистике [Электронный ресурс] // Universum: филология и искусствоведение: электрон. научн. журн. 2014. № 8 (10). URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/1529> (дата обращения: 10.03.2016).

9. Трэвел-журналистика [Электронный ресурс] // Википедия: свободная энциклопедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D2%F0%FD%E2%E5%EB%E6%F3%F0%ED%E0%EB%E8%F1%F2%E8%EA%E0> (дата обращения 8.03.16).

10. Туристская дестинация [Электронный ресурс] // Студопедия. URL: http://studopedia.ru/12_164129_tnk-v-gostinichnom-hozyaystve.html (дата обращения 8.03.16).

УДК 338.43:316.65(470.51)(045)

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ В СИСТЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)

Рыбникова И.В.

Удмуртский государственный университет

Стремоусова Е.В.

Удмуртский государственный университет

HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE IN FORMING IMAGE OF TOURIST AREAS (FOR EXAMPLE UDMURT REPUBLIC)

Rybnikova I. V.

Udmurt State University

Stremousova E. V.

Udmurt State University

Аннотация: Развитие туристской индустрии в Удмуртской республике входит в перечень стратегически значимых задач, содействующих её становлению как одного из туристско-привлекательных российских регионов.

В работе представлены данные статистики, характеризующие современный уровень и основные направления развития туризма в рамках Республиканской целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012-2028 годы», дана краткая характеристика туристского потенциала Удмуртии, отмечены различные коммуникационные технологии используемые в процессе продвижения имиджа Удмуртии как туристской дестинации,

а так же результаты исследования по выявлению восприятия целевой аудиторией историко-культурного потенциала как ключевого фактора в структуре имиджа Удмуртской Республики.

Таким образом, использование историко-культурного наследия в рамках туристской деятельности благотворно влияет на развитие имиджа. При этом разные компоненты туристского имиджа привлекательны и обеспечивают внимание различных целевых сегментов потребителей.

В работе так же определены условия необходимые для формирования стратегии имиджа региона, задачи коммуникативной составляющей, связанные с формированием туристского имиджа республики и сформулированы рекомендации по формированию и продвижению туристского имиджа Удмуртской Республики.

Abstract: The development of the tourism industry in the Udmurt Republic is on the list of strategically important tasks that contribute to its development as one of the tourist-attractive Russian regions.

The work presents statistical data that characterize the modern level and main directions of development of tourism in the framework of the Republican target program "Development of domestic and inbound tourism in the Udmurt Republic in 2012-2028".

There is brief description of the tourism potential of the Udmurt Republic, various communication technologies used in the process of promoting the image of the Udmurt Republic as tourist destinations, results of research on revealing perception by a target audience of historical and cultural potential as key factor in structure of image of the Udmurt Republic.

Overall, use of historical and cultural heritage within the tourist activity has beneficial effects on the development of the image. Different components of the tourist image are attractive. They provide attention to different target segments of customers.

Conditions necessary for the formation of the strategy image of the region, the tasks of the communicative component, associated with the formation of the tourist image of the Republic are defined in the work. Recommendations on formation and promotion of tourist image of the Udmurt Republic are formulated.

Ключевые слова: историко-культурное наследие, имидж туристских территорий, туристский потенциал Удмуртии, рекреационные ресурсы.

Key words: historical and cultural heritage, the image of the tourist areas, the tourist potential of Udmurtia, recreational resources.

Развитие туристской индустрии в Удмуртской Республике входит в перечень стратегически значимых задач, содействующих ее становлению как одного из туристско-привлекательных российских регионов.

По данным Удмуртстата, Удмуртия вошла в число 27 регионов России, которые посещают свыше ста тысяч туристов в год. За последние 5 лет численность турфирм возросла на 57%, а количество гостиниц и других средств размещения до 110 единиц, с номерным фондом более полутора тысяч номеров и единовременной вместимостью 3 тысячи койко-мест. Однако республиканские власти убеждены, что туристский потенциал республики может быть использован более эффективно. Достижению этой цели служит Республиканская целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012-2028 годы». Для обеспечения организации управления программой создан Межведомственный координационный совет по развитию туризма при Правительстве УР, на площадке которого проходят, в том числе презентации новых туристских маршрутов.

Туристский потенциал Удмуртии основывается главным образом на культурно-исторических, природно-климатических, а также имеющейся и растущей туристской индустрии и инфраструктуре.

Особенной привлекательностью для реализации инвестиционных проектов пользуется туристский кластер «Камский берег», который начали создавать по инициативе Сарапула. В него вошли также Сарапульский, Воткинский, Каракульский районы, расположенные на берегах реки Кама. Конфигурация этой группы территорий

легла в основу туристских маршрутов, включающего в себя познавательный, водный, экологический, сельский, паломнический, этнографический и другие виды туризма, и соединяет важнейшие туристские центры республики.

В процессе продвижения имиджа Удмуртии как туристской дестинации используются различные коммуникационные технологии и средства, демонстрирующие открытость территории для внешних контактов и позволяющие внешним субъектам лучше узнать её, удостовериться в существовании у неё преимуществ. Одним из подобных средств является ежегодная всероссийская специализированная выставка «Туризм, спорт, отдых». Основные акценты при её организации сделаны на презентацию возможностей внутреннего туризма; экскурсионные и экскурсионно-развлекательные программы, спортивно-оздоровительные услуги и туры, продвижение возможностей экстремального отдыха, услуг транспортного и информационного сопровождения и т.п.

Активно ведется работа по продвижению туристского потенциала Удмуртии на российском и международном уровнях. Так республика была представлена в 2013 году на выставке-ярмарке «Balttour-2013» в г. Рига, выставках «Интурмаркет» и «Отдыхай/Leisure» в г. Москва. Участие «Бурановских бабушек» в конкурсе «Евровидение-2012» также способствовало повышению интереса к нашей республике. В результате в Удмуртии появилась традиция проведения международного Бурановского фестиваля (фестиваля самовыражения), репертуар которого построен на фольклорном материале, собираемом участниками, бережно сохраняемом и, возрождаемом в творчестве, делая его достоянием современной культуры.

Продвижению туристского имиджа Удмуртии способствует и серия документальных фильмов о достопримечательностях и природных ресурсах, быте и культуре, традициях удмуртского народа, демонстрируемых как на местных, так и на федеральных телеканалах (Россия, 1 Канал, Моя планета и др.).

Удмуртская Республика, обладая богатым историко-культурным потенциалом, разнообразными рекреационными ресурсами и учитывая растущий интерес к Удмуртии, можно сказать, что республика может стать одним из привлекательных регионов для туристов.

Имидж Удмуртии – разноплановый, порой искусственно выстраиваемый образ, который складывается в сознании жителей и гостей республики.

В рамках исследования по выявлению восприятия целевой аудиторией историко-культурного потенциала как ключевого фактора в структуре имиджа Удмуртской Республики Рыбниковой И.В. был разработан план мероприятий и реализовано исследование в форме опроса. Всего было опрошено 130 человек, представители двух целевых групп. Первая группа была сформирована из жителей республики (100 человек), вторую – составили представители академического и бизнес сообщества, представляющие интересы туристской сферы республики. Анкетирование проводилось с 16 апреля по 30 апреля 2015 г.

В опросе приняли участие представители разных возрастных групп, с разным образованием и родом занятий. Рассмотрим демографический состав респондентов:

Половозрастная структура опрошенных может быть представлена следующим образом: мужчин – 17% и женщин – 83%. По возрастному составу 45% составили респонденты в возрасте 20-29 лет, 23% – до 20 лет, 17% – старше 40, 15% – 30-40 лет.

По уровню образования: 41% опрошенных – это люди, имеющие высшее образование, 27% – среднее профессиональное образование, 18% – неоконченное высшее, 14% – это люди со средним образованием.

По роду занятий 45% респондентов – специалисты (служащие), 22% – рабочие, 18% – студенты, 10% – руководители (управляющие), 3% – предприниматели; 2% – пенсионеры.

Анкета состояла из 17 вопросов, 4 из которых – это вопросы социально-психологического характера.

По первому вопросу анкеты (Вы постоянно проживаете в Удмуртской Республике?) ответы респондентов распределились следующим образом: 80% участников опроса проживают в республике с момента рождения, 8% – с определенного года, 12% – проживают временно (только работают 2% и только учатся 10%). Таким образом, проводя дальнейший анализ результатов анкетирования, мы в основном будем ориентироваться на такую целевую группу как «жители региона».

Второй вопрос (Где Вы предпочитаете отдыхать?) был задан с целью выявить географию предпочтений респондентов при выборе мест отдыха и определить их аргументацию в пользу такого выбора. Результаты получились следующие: 36% опрошенных предпочитает отдых за рубежом, объясняя свой выбор следующими причинами: интерес к другим культурам, высоким уровнем сервиса, соответствия цены и качества. Предпочтения 43% респондентов заключаются в отдыхе в своей стране, объясняя такой выбор следующими причинами – искреннее желание увидеть Россию во всей своей красе, любовью и интересом к Родине, ее природе, истории, доступностью, а также ограниченные финансовые возможности. 21 % опрошенных сделали свой выбор в пользу Удмуртии, объясняя его возможностью узнать больше о культуре родного края, патриотизмом и в меньшей степени бюджетным вариантом отдыха. Необходимо отметить, что больше половины всех опрошенных выбирают все три варианта: «Я отдыхаю везде, в зависимости от свободного времени и финансовых возможностей».

На третий вопрос (Как часто Вы совершаете поездки по УР с познавательной целью?) 45% респондентов ответили – редко, 37% – иногда, 6% никогда не совершали поездки по Удмуртии и только 12% опрошенных часто ездят по республике с познавательными целями.

Далее респондентам было предложено объяснить свое отношение к путешествиям по Удмуртии. 61,3% респондентов свое позитивное отношение объяснили следующими причинами: изучение истории малой Родины, ее культурного наследия, наличие «удивительных» мест, которые хотелось бы посмотреть, вызывает уважение местных активистов создавать привлекательные для туристов места, гостеприимство местных жителей, расширение кругозора о достопримечательных местах родного края, хорошая база для лечебно-оздоровительного туризма, доступность, возможность съездить в туры одного дня, бюджетный вариант таких поездок. 32,2% своё негативное отношение объяснили низким уровнем сервиса, плохими дорогами, неразвитой инфраструктурой, загрязнённой экологией, плохой информированностью («Живу в другой республике, кроме Калашникова ни о ком не слышал», «Мало мест, куда можно съездить, всё посетили в школе»), отсутствие интереса к такого рода путешествиям. 6,5% проигнорировали данный вопрос анкеты.

Ответы на пятый вопрос (Укажите, пожалуйста, какие ассоциации у Вас связаны с Удмуртской Республикой?) показали, что 24,4% ассоциируют Удмуртию с крупным промышленным центром, 24% – определяют ее для себя как «родниковый край», для 21% Удмуртия – это только место рождения, 21% считают республику культурным центром, 7,4% – спортивным центром, 5,8% – центром развития лечебно-оздоровительного туризма, 4,6% – образовательным центром, 1,6% – научным центром.

Для 25,7% опрошенных Удмуртская Республика как культурный центр связана в сознании с такими культурно-развлекательными учреждениями как театры республики, для 25,3% – с зоопарком, для 21% – это цирк Удмуртии. 15,8% считают, что культурный центр связан, прежде всего, с музеями, 10% – выставочным центром, 2,2% выбрали «другой вариант», при этом ответы прозвучали диаметрально противоположные: от «не ассоциируется с культурным центром» до «все вышеперечисленные варианты правильные».

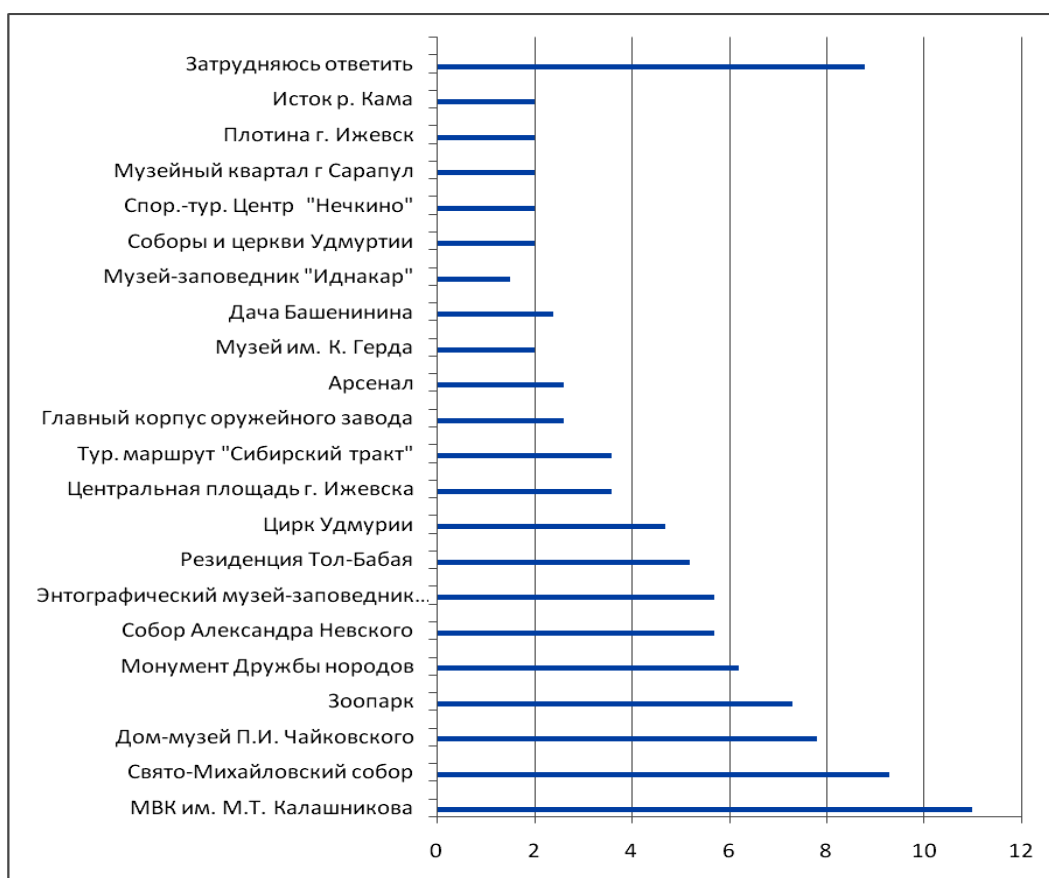
На седьмой вопрос (Какие объекты историко-культурного наследия ассоциируются в Вашем сознании с Удмуртской Республикой?) были получены следующие ответы: у 28% респондентов данные ассоциации связаны с таким объектом историко-культурного

наследия как Главный корпус оружейного завода, у 27% с Александро-Невским собором, у 16% со зданием Арсенала, 7,7% респондентов указали на дачу Башенина, 7,7% – музей-заповедник «Иднакар», 6,7% – Заводскую плотину, 1,2% – Воскресенскую церковь (г.Сарапул) и 5,7% выбрали вариант «другое», назвав такие объекты историко-культурного наследия Удмуртии как соборы и церкви, дом-музей П.И. Чайковского, этнографический музей-заповедник «Лудорвай» и др.

Восьмой вопрос (Можете ли Вы назвать основные достопримечательности в Ижевске и Удмуртской Республике, а также места основной притягательности для туристов?) был задан с целью выявления уровня осведомленности жителей республики и ее гостей о наличии таких объектов. Полученные результаты выглядят следующим образом (табл. 1):

Таблица 1

Уровень осведомленности и значимость основных достопримечательностей для потенциальных туристов представлен в процентах.



Девятый вопрос (Какие исторические и/или культурные события вызывают у Вас ассоциации с Удмуртской Республикой?) помог выявить ассоциации, возникающие в сознании потребителей при упоминании Удмуртии. Полученные ответы распределились следующим образом: для 31,5% респондентов культурное событие, ассоциирующееся с Удмуртией – это музыкальный фестиваль, посвященный Дню рождения П.И. Чайковского; для 21,2% – «Рыжий фестиваль»; 18% указали – национальный праздник удмуртской культуры «Гербер», 16% – международный фестиваль циркового искусства, 10% – национальный праздник татарской культуры «Сабантуй», 3,3% выбрали такие мероприятия как юбилей П.И. Чайковского, Бурановский фестиваль народной культуры.

На десятый вопрос (Как часто в российских СМИ Вы встречаете упоминание о достопримечательностях УР?) 69% респондентов ответили, что им редко встречаются

заметки (рассказы, сюжеты), по мнению 16% упоминания о достопримечательностях Удмуртии они встречают часто и почти столько же (15%) не встречали их никогда.

Одиннадцатый вопрос помог выявить в каких источниках респонденты чаще всего встречают упоминание о достопримечательностях Удмуртии. 38,8% чаще встречали данную информацию в интернете, 27% видели сюжеты по телевидению как на федеральных каналах так и местных (1 канал, Россия 1, Россия 24, 5 канал, Моя планета, Моя Удмуртия, Новый регион, СТС-Ижевск, ТНТ); 27% встречали ее в местной прессе (Известия Удмуртской Республики, Удмуртская правда, МК в Ижевске, Центр, Ясно, Новое время Удмуртии, Лидер-почта, Успех каждому, Центр «Gorod», Инвожо, Удмурт Дунне, Светлый путь); по 2,8% встречали информацию о достопримечательностях Удмуртии в центральных российских газетах и журналах таких как «Российская газета», «Аргументы и факты», «Туризм в России», «Отдых в России»; 1,6% отметили, что им попадалась на глаза эта информация в УдГУ, в турагентствах и видео на youtube.

На двенадцатый вопрос (Укажите, пожалуйста, какие способы в большей степени способствуют формированию положительного туристского имиджа Удмуртской Республики) 35% респондентов указали, что действия руководства республики в большей степени будут этому способствовать, 28% указали на важность информационной работы с федеральными СМИ, 22% опрошенных отмечают важность проведения крупных социокультурных мероприятий, 12% – публикации местных журналистов.

Тринадцатый вопрос был задан с целью выявить перспективы развития туризма в Удмуртии. Ответы на него показали, что 24,6% опрошенных считают, что для Удмуртии это сохранение объектов культурно-исторического наследия и рациональное их использование; 21,6% считают перспективным разработку новых туристских маршрутов по республике; 18,7% респондентов видят перспективы в развитии туристской инфраструктуры в районах республики; 15,3% отметили большую роль разработки и реализации инвестиционных проектов, направленных на развитие туристской индустрии республики; 14% дали диаметрально противоположные ответы: от отсутствия таких перспектив до «очень положительных, но которые нужно реализовать»; 6% на данный вопрос не дали ответа.

В ходе второго этапа исследования был проведён опрос, в котором приняли участие государственные служащие (Министерство культуры и туризма УР), преподаватели Института социальных коммуникаций, занимающиеся подготовкой кадров для туристской сферы и специалисты-практики в сфере культуры и туризма. Всего было опрошено 30 человек.

Среди них 17% мужчин и 83% женщин. По возрастному составу: 3,3% – до 20 лет, 30% – 20-29 лет, 33,33% – 30-40 лет, 33,33% – старше 40 лет. По роду деятельности 13,3% – государственные служащие, 43,4% – представители сферы образования, 23,3% – представители туристской сферы, 20% – представители сферы культуры.

На первый вопрос анкеты предложенной экспертам (Как часто в российских СМИ Вы встречаете упоминание об Удмуртской Республике?) 70% опрошенных отметили, что им встречаются данные упоминания редко, 30% опрошенным – часто.

На второй вопрос (Если Вы встречали такие упоминания, то где?) 49% респондентов ответили, что наиболее часто они встречают такие упоминания по телевидению (1 канал, Россия 1, Россия 24, Моя Удмуртия, Новый регион, СТС-Ижевск, ТНТ); 35% – в интернете, 9% – в российских журналах (Отдых в России, Турбизнес) и 7% – в центральных российских газетах (Комсомольская правда).

Третий вопрос был задан с целью определить характер таких публикаций: 56,7% респондентов охарактеризовали их как позитивные, 36,6% – как нейтральные и 6,7% – как негативные.

На четвертый вопрос (Какое общее впечатление об имидже УР создается по публикациям в российской прессе?) 46,7% респондентов ответили, что Удмуртская Республика – это в основном успешный регион, 26,7% – не очень успешный, есть

серьезные проблемы, 16,6% – успешный, развивающийся регион, 10% затруднились ответить.

Пятый вопрос был задан с целью выявить имиджевые ассоциации, связанные с Удмуртской Республикой. Среди наиболее часто упоминаемых встречаются следующие: Калашников, Чайковский, Кулакова, Оружейная столица России, многонациональная этническая общность с самобытным финно-угорским миром, удмуртский этнос (самобытная культура), Сарапул – купеческий город, Бурановские бабушки, Исток Камы, зоопарк, машиностроение, Сибирский тракт, Тол Бабай, зимние виды спорта.

На шестой вопрос (Какие объекты историко-культурного наследия ассоциируются в Вашем сознании с Удмуртской Республикой?) результаты получились следующие: 28,1% опрошенных считает, что это главный корпус оружейного завода, 19% – Александро-Невский собор, 16% – здание Арсенала, по 10,3% респондентов отметили городище «Иднакар», дачу Башенина, заводскую плотину, 4% – музей-усадьбу П.И. Чайковского.

Распределение ответов на седьмой вопрос (Можете ли Вы назвать основные достопримечательности в Ижевске и Удмуртской Республике, а также места основной притягательности для туристов?) представлено в таблице 2.

Таблица 2

Основные достопримечательности в Ижевске и Удмуртской Республике,
а также места основной притягательности для туристов

Главный корпус оружейного завода	11,4%
Музейно-выставочный комплекс им. М.Т. Калашникова	9,8%
Музей усадьба П.И. Чайковского	9,8%
Музеи республики	8%
Свято-Михайловский собор	7,3%
Зоопарк	7,3%
Историко-культурный музей-заповедник «Иднакар»	6,5%
Этнографический музей-заповедник «Лудорвай»	6,5%
Резиденция Тол-Бабая	5,7%
Историческая часть г. Ижевска	5,7%
Сарапул купеческий	5,7%
Дом-музей Г.А. Кулаковой	4%
Монумент Дружбы народов	3,5%
Набережная г. Ижевска	3,2%
Спортивно-туристический центр «Нечкино»	3,2%
Затруднились ответить	2,4%

На восьмой вопрос (Какие исторические и/или культурные события вызывают у Вас ассоциации с Удмуртской Республикой?) опрашиваемые дали следующие ответы: 20% опрошенных указали следующие ассоциации, связанные с республикой – ежегодный фестиваль им. П.И. Чайковского, 16,6% – международный фестиваль циркового искусства, 13,3% – фестиваль рыжих, 6,7% – юбилей П.И. Чайковского, фестиваль удмуртской национальной культуры «Гербер», по 3,3% опрошенных считают, что это: основание оружейного завода, кузница оружия в годы ВОВ, вхождение Удмуртии в состав России, фестиваль татарской национальной культуры «Сабантуй», фестиваль пельменя, 16,6% не дали ответа.

Девятый вопрос предполагал выделить основные черты туристского имиджа УР. При этом респондентам были предложены следующие варианты ответов: развитие внутреннего туризма; кластерный подход к развитию туризма «Камский берег»; этническая самобытность, сохранение народных традиций; Ижевск – оружейная столица; позитивный имидж за счет имеющихся ресурсов, однако, слабо раскрытый на

международных рынках туристских услуг; развивающийся туристский имидж; имидж закрытого региона, недостаточная информированность потенциальных туристов: несформированность имиджа.

13 человек не дали ответа на данный вопрос.

Десятый вопрос (Какие исторические и/или культурные события вызывают у Вас ассоциации с Удмуртской Республикой?) помог выявить ассоциации, возникающие при упоминании Удмуртии. Полученные ответы распределились следующим образом: 36% респондентов считают проведение крупных социокультурных мероприятий необходимым условием для формирования положительного туристского имиджа республики, 25% – действия руководства республики, 25% – информационная работа с федеральными СМИ, 14% – публикации местных журналистов.

Одиннадцатый вопрос был задан определения перспектив развития туризма в УР. Мнения опрашиваемых разделились, были получены диаметрально противоположные ответы о перспективах развития:

Позитивные – при следующих факторах развития – привлечение инвестиций, улучшение инфраструктуры, развитие транспортной инфраструктуры, разработка туров выходного дня, продвижение турпродукта на внутренний и внешний рынок, проведение событийных мероприятий, развитие культурно-познавательного за счет имеющихся объектов показа, самодеятельного туризма и туризма экологического направления (агротуризм, сельский отдых, активные виды досуга) возможно существенное улучшение положения на данном рынке туруслуг.

Негативные – перспективы не радужные (...«создание турмаршрутов на голом энтузиазме погоды не сделают»), слабая предпринимательская активность, локализация в регионе природно-очаговых заболеваний – все это создает существенные проблемы, которые не позволяют развиваться темпами, желательными для республики.

Изучив вышеперечисленные данные, можно сделать вывод о том, что историко-культурный потенциал для Удмуртской Республики является важным фактором формирования позитивного туристского имиджа, отвечающим потребностям и ценностям всех представителей целевой аудитории: жителей республики и представителей экспертного сообщества.

Говоря о средствах массовой информации, можно отметить, что на уровне региональной прессы историко-культурное наследие и имидж республики однозначно являются предметом интереса авторов и инициаторов публикаций (в большинстве случаев – республиканских властей), в то же время освещение социо-культурной жизни на страницах центральных печатных СМИ фактически отсутствует. Очевидно, что положительная тенденция к информационной политике республики – освоение современных технологий развития информационного интернет-пространства.

Использование историко-культурного наследия в рамках туристской деятельности благотворно влияет на развитие имиджа. При этом разные компоненты туристского имиджа будут привлекательны и обеспечат внимание различных целевых сегментов потребителей. Так, например, для представителей бизнес-структур наиболее важен инвестиционный климат региона, для туристов – аттрактивность и уровень развития инфраструктуры. Всё это свидетельствует о том, что туристский имидж территории не может формироваться однозначно, опираясь только на одну доминанту, так как это в некоторой степени сужает возможности республики в глазах потребителей.

При формировании стратегии имиджа региона необходимо выполнение следующих условий:

- соответствие территориального имиджа стратегии развития республики в целом;
- внутренний республиканский имидж должен соответствовать внешнему;
- имидж, который предлагается на рынок, должен быть сообразным данному этапу развития общества, чтобы не раздражать клиента несоответствия реального уровня развития территории.

В индустрии туризма Удмуртской Республики на сегодняшний день существуют хорошие базовые условия для создания и развития новых туристских продуктов и услуг, отвечающих потребностям рынка. Но при этом, процесс развития данной сферы имеет существенные различия в разных районах республики, «центром» которого является Ижевск и отдельные города, такие как Сарапул, Воткинск.

Тем не менее, в республике слабо развита общая имиджевая и коммуникативная составляющая, которая могла бы благоприятствовать продвижению туристских услуг Удмуртской Республики на внутреннем и международном уровне.

В качестве задач коммуникативной составляющей, связанных с формированием туристского имиджа республики, могут быть определены:

- дать характеристику существующих и предполагаемых туристских направлений, турпродуктов и услуг;
- акцентирование внимания на таком сильном положительном факторе, как многонациональность;
- заинтересовать государственных и частных субъектов рынка, а также поставщиков турпродуктов и услуг;
- разработка имиджа отдельных районов республики, а также распространения информации, как об этих районах, так и о конкретных турпродуктах;
- противодействие отдельным элементам негативного имиджа и восприятию Удмуртии на целевых рынках;
- донесение информации до потенциальных потребителей о произошедших изменениях, в результате которых Удмуртия готова к приему новых туристов.

Формируя имиджевую концепцию нельзя не учитывать основные виды туристского спроса, имеющие место в республике. Понятие «виды туристского спроса», в данном контексте, это интерес потенциальных потребителей к определенным дестинациям и достопримечательностям Удмуртской Республики. Выделим виды туристского спроса, которые являются основными мотивами совершения туристских поездок в Удмуртскую республику: культурно-познавательный, событийный, деловой, паломнический, агротуризм, оздоровительный, этнографический, археология. Каждый вышеперечисленный вид может обладать собственной ценностью для туристов. Итогом поездки в Удмуртию должно стать положительные эмоции и запоминающиеся приятные переживания, которые посетитель мог бы рекомендовать «пережить» другим потенциальным туристам. Следует отметить, что в условиях рынка туризму свойственны предпринимательские риски, поэтому нельзя строить свою деятельность только на одном или двух видах туристского спроса, а также бессистемно, продумывая программу освоения новых сегментов туристского рынка.

Для повышения притягательности Удмуртии как туристской дестинации необходимо создание и закрепление определённого образа республики в сознании широких масс общественности, становление индустрии туризма республики в качестве доходной отрасли экономики, которое может быть реализовано посредством продвижения туристских услуг, предоставляемых в республике, популяризации туристско-рекреационных возможностей, стимулирование и поддержка субъектов малого предпринимательства, деятельность которого ориентирована на развитие туризма в Удмуртии, сохранение и возрождение историко-культурного наследия республики.

В рамках рекомендаций по формированию продвижению туристского имиджа Удмуртской Республики, может быть предложено осуществление следующих мероприятий:

1. Обеспечение развития приоритетных направлений в сфере туризма Удмуртской Республики: благоустройства наиболее посещаемых объектов туристского показа; разработки и обустройства новых туристских маршрутов; изучения туристского потенциала с точки зрения культурно-познавательного туризма (разработка и внедрение учебной и учебно-методической литературы о туристском потенциале Удмуртии);

организация и проведение ознакомительных туров по территории республики для специалистов турбизнеса, пресс-туров по территории республики; участие в международных, всероссийских и региональных туристских выставках; распространение информации о туристских маршрутах на территории республики при помощи средств массовой информации (местных и федеральных); подготовка и издание туристских путеводителей, рекламных проспектов, краеведческой литературы; организация и проведение презентаций туристских ресурсов, расположенных в Удмуртии, в крупных туристских центрах России и стран СНГ; информационная поддержка электронного путеводителя по Удмуртской Республике в разделе «Путеводитель по России» (новое приложение на базе IOS и Android – TopTripTip), в дальнейшем путеводитель может дополняться новыми материалами об объектах, достопримечательностях, событиях и туристических маршрутах; организация и обеспечение установки и обновления информационных и памятных знаков на объектах туристского показа; создание туристско-информационный центра Удмуртии при Национальном музее им. Кузуба Герда; разработка сайта о туризме в республике,

2. Обеспечение качества предоставляемых туристских и экскурсионных услуг: реконструкция и ремонт гостиниц, туристских баз на территории республики.

3. Обеспечение общедоступности туризма для различных категорий населения: организация и проведение экскурсионных туров по Удмуртии для проживающих на территории республики детей-сирот и воспитанников школ-интернатов, оставшихся без попечения родителей, детей из многодетных и неполных семей; организация и проведение экскурсионных туров по Удмуртии к знаменательным датам, приуроченных для ветеранов Великой Отечественной войны, проживающих на территории республики; поддержка в Удмуртской Республике (в том числе финансовая) детских и молодёжных туристских и краеведческих клубов; организация и проведение республиканских туристских соревнований и фестивалей.

4. Поддержка и содействие инновационной деятельности предприятий туристской сферы: организация и проведение конкурса «Лучший в туристской индустрии в Удмуртии», направленного на поддержку и распространение передового опыта в сфере туризма; организация и проведение научно-практических конференций по вопросам внедрения современных туристских технологий туристского обслуживания в Удмуртской Республике; создание и поддержка на туристическом Интернет-портале Удмуртской Республики интерактивной карты достопримечательностей и объектов показа.

5. Стимулирование и поддержка субъектов малого предпринимательства, деятельность которых направлена на развитие туризма в Удмуртской Республике: организация в республике сети торговых точек по продаже на туристских маршрутах изделий народных художественных промыслов и сувениров; обеспечение участия мастеров (организаций) народных и художественных промыслов, проживающих (находящихся) на территории республики.

**ВИЗУАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ ПЕТЕРБУРГА КАК СРЕДСТВО
ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ИНТЕРЕСА**

Субботина А.М.

Удмуртский государственный университет

Колупаева Е.В.

Удмуртский государственный университет

**VISUAL IMAGES OF SAINT PETERSBURG AS WAY OF FORMATION OF
TOURIST INTEREST**

Subbotina A.M.

Udmurt State University

Kolupayeva E.V.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассматриваются различные формы визуального представления образов Санкт-Петербурга (изобразительное искусство, выставки, кино, виртуальные экскурсии) в контексте создания привлекательности для потенциальных туристов. Отмечается важная роль зрительного восприятия в жизни современного человека, что объясняет его внимание к разнообразным изображениям объектов экскурсионного осмотра, широко представленным в сети Интернет, информационных ресурсах музеев, библиотек, туристических сервисах. Значимость Петербурга в истории России, богатство его культурного наследия способствуют его популярности в среде художников, писателей, кинорежиссеров. Благодаря этому существует большое количество произведений, в которых создается интересный и запоминающийся образ города. Некоторые из них имеют мировую известность. Романы Ф.М. Достоевского и Л.Н. Толстого не только читаются как в России, так и за ее пределами, но также служат источником вдохновения для киноэкранизаций. Тем самым образ Петербурга тиражируется на массовую аудиторию, одним из следствий чего является устойчивый туристский интерес к городу. Особое внимание в статье уделяется такой современной форме как виртуальная экскурсия. В качестве возможных направлений ее использования отмечаются предварительное ознакомление с городом на различных ресурсах в сети Интернет, получение дополнительной информации во время непосредственного посещения музеев и других объектов осмотра, проведение учебных занятий и др.

Abstract: The article discusses various forms of visual representation of the images of Saint Petersburg (visual arts, exhibitions, cinema, virtual tours) in the context of creating attractiveness for potential tourists. It notes the important role of visual perception in modern life, which explains his attention to a variety of images of objects of excursion survey, widely represented in the Internet information resources of museums, libraries, and tourism services. The significance of St. Petersburg in Russian history, the richness of its cultural heritage contribute to its popularity among artists, writers, filmmakers. Due to this, there are a large number of works, which creates an interesting and memorable image of the city. Some of them are world famous. The novels of F. M. Dostoevsky and L. N. Tolstoy not only read both in Russia and abroad, but also serve as a source of inspiration for kinoekrany. Thus, the image of St. Petersburg being replicated on a mass audience, one consequence of which is the sustainable tourist interest in the city. Special attention is paid to such modern form as a virtual tour. As possible directions of its use are observed prior acquaintance with the city on various resources on the Internet, obtain additional information during its visits to museums and other objects of the inspection, training sessions, etc.

Ключевые слова: Санкт-Петербург, визуальная культура, русское искусство, русская литература, виртуальная экскурсия, туризм.

Key words: Saint Petersburg, visual culture, Russian art, Russian literature, virtual tour, tourism.

В современной культуре визуальные образы играют важную роль, формируя во многом представления человека об окружающем мире, о людях, городах и странах. В наше время турист, планируя поездку, знакомится с массой ресурсов, которые содержат не только (и не столько) тексты, сколько фотографии, видеоматериалы. Поэтому вопрос о формировании туристского интереса к объекту осмотра визуальными средствами является актуальным для развития индустрии путешествий.

Использование визуальных образов для воздействия на зрителя имеет давние исторические истоки. Можно согласиться с мнением У. Эко о том, что готический средневековый собор по своему визуальному воздействию не уступал последним достижениям массовой культуры. Соединение искусства прошлого и современных технологий создает еще более сильный эффект, привлекая внимание потенциального туриста.

Санкт-Петербург – один из символов России, город с поражающим воображение архитектурным наследием, уникальной атмосферой. В нем отразилось творчество многих архитекторов, создавших прекрасные здания и ансамбли. Петербургские улицы и дома хранят память о замечательных писателях, композиторах и художниках. Неслучайно поэтому, что он входит в число наиболее посещаемых городов страны как россиянами, так и иностранцами. Поддерживать постоянный туристский интерес к этому городу помогают как произведения литературы и искусства прошлого, так и современные образцы визуальной культуры.

В.Н. Топоров отмечал, что «как и всякий другой город, Петербург имеет свой язык. Он говорит нам своими улицами, площадями, водами, островами, садами, зданиями, памятниками, людьми, историей, идеями и может быть понят как своего рода гетерогенный текст, которому приписывается некий общий смысл и, на основании которого может быть реконструирована определенная система знаков, реализуемая в тексте» [2, с. 42]. Каждое время российской истории создает свой образ Петербурга. Каждая творческая личность по-своему переосмысляет этот образ.

Одной из характерных особенностей отечественной художественной культуры сегодня является активное развитие активной выставочной деятельности. Она характерна не только для музеев, выставочных залов, галерей, но и клубов, культурных центров и других организаций, ориентированных на массовую публику. В качестве выставочных площадей могут выступать и офисы туроператоров и турагентств. В Ижевске, например, свои стены для размещения картин художников предоставила «Индустрия путешествий». Выставки включают работы изобразительного искусства, фотоматериалы, аудиовизуальные работы, картины в формате 3D, 5D. Они не только дают наглядные представления об истории и культуре, но и помогают более ярко ощутить, окунуться в прошлые эпохи.

У взрослых и детей вызывают интерес интерактивные музеи и аттракционы, где экскурсанты могут не только воочию прикоснуться к истории, но и самим поучаствовать в событиях. Например, «Улица Времени»: экспозиция музея представлена в виде улицы, где разместились дома XVIII, XIX и XX веков. Каждый объем передает дух эпохи, таит свою историю, своего жителя. На экспозиции можно узнать о том, как возник город Санкт-Петербург, о моде петербуржцев, о преимуществах и недостатках государственного строя страны, и многое другое, увидеть кабинет чиновника, дом архитектора, рукодельную мастерскую и даже заглянуть в комнату в коммунальной квартире. Для детей устраиваются аттракционы, квесты. В 2008 году открылся новый аттракцион – «Ужасы Петербурга». Он состоит из 13 комнат, каждая из которых красочно показывает сюжеты петербургской истории, мифологии и литературы. Или другой пример, исторический театр-макет «Петровская Акватория». Он представляет в интересной форме интерактивной миниатюры начальные этапы истории Петербурга и возникновения российского флота. Здесь по гравюрам, материалам музейных архивов воссозданы старинные усадьбы, парки, дворцы. Главная особенность макета – настоящее водное

пространство, символизирующее акваторию Невы и Финского залива, где по воде ходят макеты кораблей петровской эпохи.

Помимо богатой истории и множества разнообразных музеев, театров, взрослых и детей увлекают мифы и легенды, которыми окутан город. Это легенда о скульптуре «Медный всадник», жители Петербурга считают его талисманом-хранителем города. Также легенда о призраке Григория Распутина, убитого в Юсуповском дворце и много других.

Санкт-Петербург во все времена являлся городом, который вдохновлял писателей и поэтов на гениальные произведения. Романы, поэмы, литературные исследования, посвященные Петербургу, интересуют и волнуют миллионы читателей во всем мире. Известно, что многие потенциальные туристы первоначально прочитали какое-нибудь произведение о Северной столице и под впечатлением решили обязательно посетить город. Совершая прогулку или экскурсию по Петербургу, вспоминаешь героев романов и реальных людей, которые бродили по этим же улицам, паркам и заходили в эту же кофейню лишь с небольшой разницей в сто лет. Литература и поэзия прошлых веков, великие и известные писатели Н. Гоголь, Ф. Достоевский, А. Пушкин, А. Ахматова, А. Блок, А. Белый и многие другие создали такой образ города, который невозможно забыть. Как и в любом другом городе, в Петербурге много известных по литературным произведениям мест, например, Михайловский замок и Летний сад, Невский проспект и Зимний дворец и другие.

С историей, общественным укладом, архитектурой Петербурга знакомят художественные фильмы. Зрителю предоставляется возможность исследовать Петербург Пушкина, Гоголя, Достоевского и др., который изменяется от одного исторического периода к следующему, от одной художественной интерпретации к другой. Это художественные и телевизионные фильмы, которые стали «народными» и хорошо известными: «Бандитский Петербург», «Пиковая дама», «Ленинград», «Осенний марафон», «Литейный 4», «Тайны следствия», «Улицы разбитый фонарей». Это фильмы молодежного формата «Питер FM», «Прогулка», фильмы по литературным произведениям «Война мир», «Преступление и наказание», исторические фильмы «Тайны дворцовых переворотов», «Екатерина Великая» и др. Эти фильмы знает практически любой житель страны.

Огромное влияние на формирование взглядов на образ Петербурга оказывают авторы современной литературы А. Константинов, А. Володин, О. Бычкова, Т. Толстая, Э. Брагинский, И. Агеев и др.

Еще одной популярной в наши дни формой является виртуальная экскурсия. Она используется как в целях предварительного знакомства с объектами осмотра, например, в сети Интернет, так и в залах музеев. С помощью виртуальной экскурсии можно представить и художественные образы Петербурга. Она поможет экскурсантам увидеть и прочувствовать образ города, созданный художниками и писателями.

Виртуальные экскурсии востребованы сегодня как никогда. Захватывающие перспективы для их развития связаны с освоением виртуального пространства и созданием особой виртуальной реальности, которая притягивает своей загадочностью.

С помощью компьютерной техники и необозримого «электронного культурного наследия» стало возможно создавать самые удивительные экскурсии, режиссировать маршруты. Технология позволяет изменять эти маршруты, настраивая их на определенное время года или время суток. Овладев необходимыми компьютерными программами и навыками работы в сети Интернет, можно создавать интересные виртуальные экскурсии, в форме слайд-шоу. В ходе них виртуальный турист отправляется в увлекательное путешествие по выбранным объектам, в котором он сам имеет возможность корректировать маршрут, исходя из собственных желаний и настроения.

Требования к виртуальной экскурсии как к организационной форме работы практически не отличаются от требований к проведению реальных традиционных

экскурсий. Но характерными признаками виртуальной реальности будут являться следующие: моделирование в реальном масштабе времени; имитация окружающей обстановки с высокой степенью реализма; возможность воздействовать на окружающую обстановку и иметь при этом обратную связь. И в этом отношении мультимедийному представлению образов трудно найти замену.

Экскурсии стали внедряться в педагогическую практику в конце XVIII – начале XIX века. Они рассматривались тогда в качестве метода обучения, который делает наглядными изучаемые явления и объекты. Экскурсии стали вводиться в учебный процесс педагогами в Европе и России. В дидактической литературе экскурсия характеризуется как одна из форм учебной работы. С этой точки зрения о ней писали в своих работах В.В. Голубков, Е.Я. Голант, И.П. Подласый, П.И. Пидкасистый и др.

Активное внедрение компьютерных информационных технологий в образовательный процесс требуют нового подхода к экскурсиям. Появились и широко вошли в жизнь виртуальные и интерактивные экскурсии. Понятие «виртуальный» имеет английское происхождение. Слово «virtual» в переводе на русский означает «похожий», «неотличимый».

Виртуальная экскурсия может быть использована при работе с детьми и молодежью. В этом случае, экскурсию рекомендуется начинать вступительной беседой с участниками. В ней проговариваются цели, задачи экскурсии, обозначается маршрут, может выдаваться маршрутный лист. Необходимо сосредоточить внимание экскурсантов на способах навигации по предлагаемому ресурсу, от одного объекта к другому.

Важное значение с точки зрения активизации познавательной активности во время виртуальных экскурсий имеет использование поискового метода. Зрителям ставится задача не просто знакомиться с демонстрируемыми материалами, но и находить в них ответы на сформулированные на начальном этапе вопросы или выполнить творческие задания. В ходе экскурсии участники могут использовать дополнительные возможности: фиксировать свои выводы, копировать фото, видео, текстовые материалы, комментировать их и др. Это расширяет диалоговые возможности виртуальной экскурсии.

Завершающий этап включает себя письменную работу, представление выполненного творческого задания и др. В качестве одного из варианта окончания экскурсии может быть итоговая беседа. В ходе нее экскурсовод совместно с участниками подводит итоги проделанной работы, собирает полученные впечатления, дает оценку.

Обращение к виртуальной экскурсии важно, как с позиции познавательных, так и воспитательных целей. Эффективно виртуальные экскурсии могут использоваться при изучении образа города, поскольку они подают новый материал в современной визуальной форме, вызывают и поддерживают интерес к творчеству писателей, художников, режиссеров.

Работа над художественными произведениями имеет свою специфику. Она включает хорошее знание текста, умение подобрать иллюстрации, использование комментариев, личных впечатлений. Хороший пример подобной работы дают экскурсии с литературной тематикой: «Петербург Достоевского», «Петербург Пушкина» и др. Они проводятся по местам, описанным в их произведениях русских классиков. В том же ключе возможно использовать и современные художественные фильмы, чье действие разворачивается на фоне петербургских пейзажей. Подобные экскурсии погружают участников в атмосферу исторической эпохи, знакомят с жизнью людей, раскрывают особенности творческого взгляда на город художников, писателей, режиссеров.

Виртуальная экскурсия предоставляет возможность не просто заочного общения с Петербургом. Она делает такое общение интересным и содержательным, дает участникам некоторые представления об образе города, помогает раскрыть его тесную связь с настоящим. Если проведение подобной экскурсии предложить детям, то эффект от ее проведения умножится многократно: развивается творческий подход к изучаемому материалу, формируются элементы информационной культуры, исследовательские

навыки; пробуждается интерес к деятельности писателей и художников, их внутреннему миру; приходит осознание ценности личностной индивидуальности.

Таким образом, визуальные образы Петербурга, созданные в изобразительном искусстве, кино, фотографии и др. помогают создавать и поддерживать устойчивый интерес к городу среди россиян и иностранцев. Одной из популярных современных форм привлечения туристского внимания является виртуальная экскурсия. Она позволяет представить реальные объекты и художественные образы в привлекательном виде с учетом задач экскурсионного осмотра.

Список использованных источников

1. Александрова Е. В. Виртуальная экскурсия как одна из эффективных форм организации учебного процесса на уроке литературы / Е. В. Александрова // Литература в школе. – 2010. – № 10. – С. 22–24.
2. Топоров, В.Н. Петербургский текст русской литературы: Избранные труды / В.Н. Топоров. – СПб.: Искусство, 2014. – 616 с.
3. Щелухина, А.С. Виртуальная музейная педагогика: возможности и перспективы – Режим доступа: <http://do.gendocs.ru/docs/index-262777.html> (дата обращения 19.06.2016).
4. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб.: Петрополис, 1998. – 432 с.

РАЗДЕЛ 4
ОПЫТ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА
В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

УДК 338.482.2(470.51)“1976/1980”(045)

ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
ИЖЕВСКОГО БЮРО ПУТЕШЕСТВИЙ
В ГОДЫ ДЕСЯТОЙ ПЯТИЛЕТКИ (1976-1980 ГГ.)

Вотинцева Н.А.

Удмуртский государственный университет

EXCURSION ACTIVITY IZHEVSK TRAVEL AGENCY DURING TENTH
FIVE-YEAR (1976-1980)

Votintseva N.A.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассматривается участие Ижевского бюро путешествий и экскурсий в реализации государственной политики по экскурсионному обслуживанию советских людей. Анализ архивных данных, периодической и непериодической печати позволяет проследить результаты деятельности Ижевского бюро путешествий по экскурсионному обслуживанию в годы десятой пятилетки.

Abstract: The article deals with the participation of Izhevsk travel and tours in the implementation of public policies excursions by the Soviet people. An analysis of historical data, periodic and non-periodic press allows to trace the results of Izhevsk travel bureau excursion service during the tenth five-year plan.

Ключевые слова: Ижевское бюро путешествий и экскурсий, Удмуртский областной совет по туризму и экскурсиям, экскурсионное обслуживание, тематические экскурсии, городские экскурсии, производственные экскурсии, благоустройство столицы Удмуртии.

Key words: Izhevsk travel and tours, Udmurt Regional Council on tourism and excursions, excursions, thematic excursions, city tours, tours of production, improvement of the capital of Udmurtia.

Ижевское бюро путешествий и экскурсий в исследуемый период входило в состав Удмуртского областного совета по туризму и осуществляло экскурсионное обслуживание населения страны. Представленный график наглядным образом показывают динамику планового и фактического обслуживания экскурсиями (рис. 1).

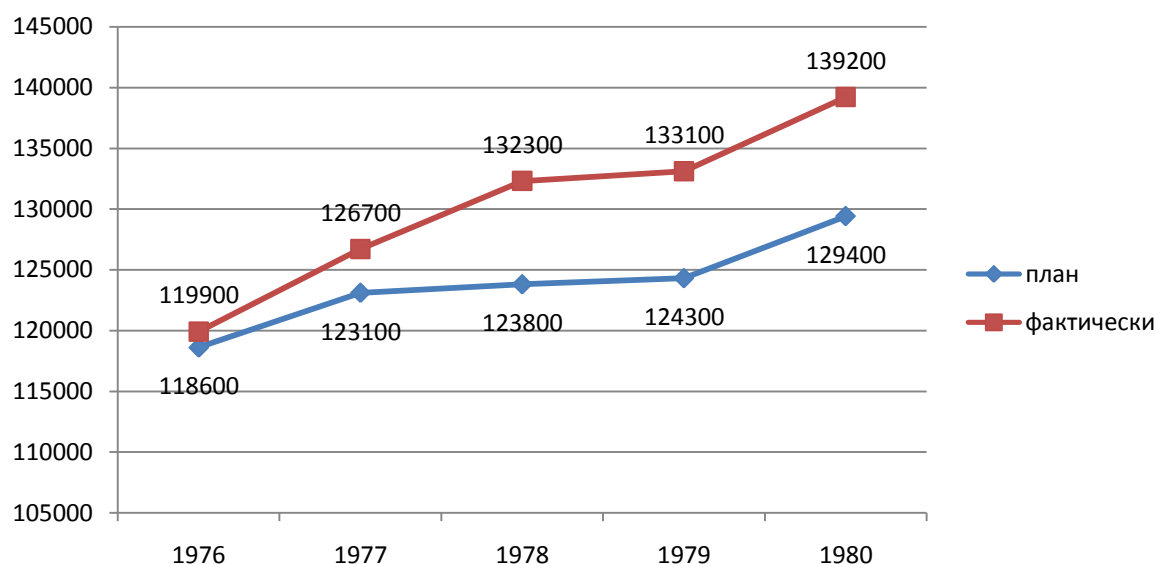


Рис.1. Динамика планового и фактического объема экскурсионного обслуживания Ижевским бюро путешествий и экскурсий (тыс.) за 1976-1980 гг. [1]

Сравнивая динамику планового и фактического обслуживания путешествиями и экскурсиями Ижевским бюро, автор пришел к следующим выводам. При экскурсионном обслуживании населения наблюдается динамичный рост плановых и фактических показателей. Исследование показало, что увеличение объемов экскурсионного обслуживания удалось за счет разработки и реализации тематических экскурсий. Туристско-экскурсионные учреждения совместно с профсоюзными и комсомольскими организациями, музеями, обществом охраны памятников истории и культуры разработали тематические экскурсии для людей различных профессий. Это и изучение передового опыта на предприятиях республики, знакомство с методами труда в лучших колхозах и совхозах и расширение знаний в области истории, культуры и искусства. В целом по Удмуртскому областному совету по туризму и экскурсиям в 1980 году было разработано 100 тематических экскурсий [2], что почти вдвое больше, чем в 1977 году [3]. При этом значительная часть экскурсионных маршрутов осуществлялась в столице Удмуртии.

Большой интерес к Ижевску был обусловлен, прежде всего, тем, что его индустрия находилась на авангардных рубежах технического прогресса. Индустриальный облик города определяла высококачественная металлургия и машиностроение, приборостроение и деревообработка, легкая и пищевая промышленность. В 1979 г. Ижевск давал каждый десятый, выпускаемый в СССР легковой автомобиль, каждый четвертый мотоцикл, каждые два из трех цилиндрических редукторов, 75 видов ижевской продукции отправлялось в 59 стран [4, с. 251].

В столице находились крупные промышленные предприятия, которые были известны не только в Советском Союзе, но и за рубежом. В частности, производственное объединение «Ижмаш» имело оружейное, станкостроительное, инструментальное, металлургическое, мотоциклетное и автомобильное производства.

Оно первым в Советском Союзе начало выпускать специальные спортивные машины, создав основу для развития в нашей стране мотоциклетного спорта. 14 апреля 1970 г. с конвейера завода сошел трехмиллионный мотоцикл с маркой «Иж». За успешное выполнение пятилетнего плана и освоение новой техники 31 декабря 1970 г. Ижевский машиностроительный завод был награжден орденом Октябрьской революции [5].

На мотоциклах, выпускаемых объединением, было завоевано свыше 100 золотых медалей международной организации по мотоспорту. Высокий технический уровень «Иж-

Юпитер-3» и «Иж-Планета-3» неоднократно отмечался медалями ВДНХ и международных ярмарок, победами в международных моторалли (1964 г. – Швейцария, 1966 г. – Франция, 1967 г. – Италия, 1970 г. – Чехославакия, 1972 г. – Югославия) [4, с. 264]. В 1977 г. золотой медалью XXIII международной ярмарке в Пловдиве был отмечен мотоцикл «Иж-Планета-Спорт» [6]. В 1980 г. выпуск мотоциклов по сравнению с 1975 г. увеличился на 30 % и составил 350 тысяч [4, с. 264].

Производственное объединение «Ижмаш» знаменито бы также и своими автомобилями. Первый автомобиль – «Москвич-408» с эмблемой «ИЖ» на радиаторе – сошел с конвейера завода в ночь на 12 декабря 1966 г. Уже 26 октября 1977 г. на «Ижмаше» был собран миллионный автомобиль. К этому времени объединение выпускало фургоны «Москвич-434» (с 1967г.), «Иж-2125» – «Иж-комби» (с 1971 г.), пикапы «Иж-2715» [7].

Механический завод столицы Удмуртии в начале 1980-х годов производил десять моделей гладкоствольных спортивно-охотничьих ружей, ежегодный выпуск которых достигал 200 тысяч штук. Более половины их поставлялось в 40 стран мира, в том числе в Англию, Францию, Канаду и ФРГ. Ряд моделей награжден золотыми медалями международных ярмарок и выставок в Лейпциге, Брно, Пловдиве. За разработку и внедрение спортивно-охотничьего оружия, соответствующего уровню лучших мировых образцов, группа специалистов была удостоена Государственной премии СССР [7].

Интерес для туристов и экскурсантов представляло и производственное объединение «Ижсталь», являющееся одним из крупнейших в стране поставщиков высоколегированной стали, плющеной ленты, стальных фасонных профилей. Только в Советском Союзе у предприятия было четыре тысячи потребителей. По их заказам ежегодно изготавливалось от 15 до 20 тысяч разновидностей металлопродукции [8].

Продукция завода (бумагоделательные машины) «Ижтяжбуммаш» была также хорошо известна в СССР. Бумагоделательные машины были установлены на Кондопожском, Архангельском, Амурском, Светлогорском, Ленинградском и других целлюлозно-бумажных комбинатах страны. Более того, продукцию с маркой этого завода закупали страны Совета Экономической Взаимопомощи [8]. Таким образом, столица Удмуртской АССР вносила весомый вклад в экономическое и социальное развитие Удмуртии и всей страны.

Учитывая повышенный интерес к индустрии г. Ижевска, в конце 1970-х годов возрос спрос на целевые экскурсии с посещением крупных промышленных предприятий столицы Удмуртии. Как было отмечено на методической конференции, состоявшейся в апреле 1979 г. в г. Ижевске и посвященной развитию туризма в Удмуртии, такие целевые экскурсии стали больше входить в план занятий школ коммунистического воспитания, экономических знаний и комсомольского актива [9].

Кроме производственных экскурсий, постоянным спросом пользовались экскурсии по городу Ижевску. Среди городских экскурсий отметим: «Ижевск – столица Удмуртии», «Имя Ленина на карте Ижевска», «Героев наши имена», «По историческим местам», «Архитектурные памятники Ижевска». Особое внимание при проведении таких экскурсий уделялось пропаганде памятников истории и культуры. В этих целях отдел культуры исполкома Ижевского Совета народных депутатов в конце 1970-х гг. утвердил перечень таких объектов туристско-экскурсионного показа. Среди них были архитектурные памятники, находящиеся под охраной государств, памятники замечательным людям, памятники, связанные с событиями Великой Отечественной войны и другие исторические памятники.

Необходимо отметить, что в 1970-е годы государство уделяло большое внимание благоустройству столицы Удмуртии. Об этом свидетельствует тот факт, что в десятой пятилетке на развитие Ижевска было направлено свыше 1 млрд рублей, почти на треть миллиарда больше, чем в предыдущей пятилетке. По благоустройству город Ижевск, как

отметил в сентябре 1979 года министр обороны СССР Д.Ф. Устинов, на протяжении многих лет занимал первое место в Российской Федерации [4, с. 252].

За годы девятой и десятой пятилеток в столице были построены Ледовый дворец «Ижсталь» [10], центральный универмаг «Ижевск» [11], монумент «Навеки с Россией» [12], новый аэропорт [13], Дворец металлургов «Ижсталь» [14], первый подземный переход через ул. Удмуртскую возле УдГУ [15], Дворец пионеров и школьников [16], музей изобразительных искусств Удмуртской АССР [17].

В 1970-е годы был сдан в эксплуатацию водовод «Кама-Ижевск», что позволило решить проблему снабжения города водой. Также были построены очистные сооружения, пассажирский транспорт пополнился новыми типами трамваев, троллейбусов и автобусов. К началу 1980-х годов в Ижевске насчитывалось 15 тиров, 25 лыжных баз, 5 стадионов, дворец спорта с плавательным бассейном и другие спортивные сооружения, к услугам которых обращались гости и жители столицы [18].

Советское государство высоко оценило вклад города Ижевска в социалистическом строительстве. Указом Президиума Верховного Совета СССР от 11 декабря 1978 г. за революционные и трудовые заслуги трудящихся города, их вклад в обеспечение разгрома немецко-фашистских захватчиков в Великой Отечественной войне, достижения в хозяйственном и культурном строительстве город Ижевск был награжден орденом Октябрьской революции. Город Ижевск стал не только высокоразвитым индустриальным центром республики, но и превращался в культурный центр, представляющий интерес для жителей и гостей столицы.

В целом можно констатировать, что Ижевское бюро путешествий и экскурсий на протяжении X пятилетки успешно справилось с выполнением годовых планов по экскурсионному обслуживанию. По сравнению с 1976 г. объем фактического экскурсионного обслуживания в 1980 г. вырос в 1,2 раза, объем услуг – в 1,2 раза и объем прибыли – в 1,1 раза [19].

По итогам Всесоюзного социалистического соревнования 1980 г. Центральный совет по туризму и экскурсиям и ЦК профсоюза работников культуры наградили Удмуртский областной совет по туризму Почетной грамотой и специальным кубком, а коллектив Ижевского бюро путешествий и экскурсий – дипломом второй степени [20].

Список использованных источников

1. Ф.Р-1592. Оп. 1. Д. 91. Л. 16.
2. ЦГА УР. Ф. Р-1592. Оп. 1. Д. 89. Л. 7.
3. ЦГА УР. Ф. Р-1592. Оп. 1. Д. 70. Л. 9.
4. Ижевск. Документы и материалы. 1760-1985. – Ижевск: Удмуртия, 1984.
5. Микрюков Г.С., Демченко Б.Ф. Спортивные трассы. – Ижевск: Удмуртия, 1981. – С.87-88.
6. Удмуртская правда. – 1977. – 29 сентября. – С.4.
7. «Удмуртия». Т.1. – Ижевск: ООО «Медиа Группа «Парацельс», 2008. – С.24.
8. Столица Советской Удмуртии. – М.: Изд-во «Планета», 1986. – С.34.
9. Корепанов В. Основные направления: заметки с методической конференции. – Удмуртская правда. – 1979. – 19 апреля. – № 91. – С.4.
10. Удмуртская правда. – 1971. – 25 сентября. – С.4.
11. Удмуртская правда. – 1972. – 28 января. – С. 2.
12. Удмуртская правда. – 1972. – 27 июня. – С. 2.
13. Удмуртская правда. – 1974. – 26 октября. – С.2.
14. Удмуртская правда. – 1975. – 17 декабря. – С.2.
15. Удмуртская правда. – 1978. – 7 ноября. – С.2.
16. Удмуртская правда. – 1980. – 24 февраля. – С.4.
17. Владимирова В. Музей искусств // Удмуртская правда. – 1980. – 1 ноября. – С.4.

18. Архивный отдел Управления по делам архивов Администрации МО «Город Ижевск». Ф. 24. Оп. 1. Д. 1046. Л. 27.
19. Ф.Р-1592. Оп. 1. Д. 91. Л. 15.
20. Тимофеев Ю. Приобщайтесь к путешествиям и экскурсиям // Удмуртская правда. – 1981. – 3 июня. – № 128. – С.4.

УДК 338.48(470.51)(045)

**ХАРАКТЕРИСТИКА РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ
ТУРИСТСКИХ ПРОГРАММ В ШАРКАНСКОМ РАЙОНЕ
УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Ложкина М.Д.

Удмуртский государственный университет

Пименова Е.Л.

Удмуртский государственный университет

**CHARACTERISTICS OF RECREATIONAL RESOURCES FOR THE DEVELOPMENT
OF TOURIST PROGRAMS IN SHARKAN DISTRICT OF UDMURT REPUBLIC**

Lozhkina M.D.

Udmurt State University

Pimenova E.L.

Udmurt State University

Аннотация: В настоящее время приоритетным направлением туристской деятельности в Удмуртии является активизации и развитие внутреннего туризма. В статье ставится задача рассмотреть туристский потенциал Шарканского района. В ходе анализа туристско-рекреационных ресурсов в Шарканском районе автор выявляет, что Шарканский район в дальнейшем станет центром туристского кластера и это повлечет за собой развитие экономики и инфраструктуры в целом.

Abstract: Nowadays priority direction of tourist activity in the Udmurt Republic is the revitalization and development of domestic tourism. In article problem is to consider the tourist potential of Sharkan district. During analysis of tourist and recreational resources in Sharkan district author reveals that in further Sharkan district will become the center of tourist cluster and it will lead to development of the economy and infrastructure in general.

Ключевые слова: внутренний туризм, кластер, Шарканский район, туристский потенциал, рекреационные ресурсы, развитие.

Key words: domestic tourism, cluster, Sharkan district, tourist potential, recreational resources, development.

Туризм во многих странах мира и многих регионах отдельных стран, давно уже стал одной из решающих отраслей экономики и считается одним из перспективных направлений в экономике, которые на сегодняшний день получает все большее развитие.

Поддержка кластеров – это также способ повышения конкурентоспособности в ситуациях, когда рынок и соответствующие институты еще не сформировались.

В настоящее время приоритетным направления туристской деятельности в Удмуртии является активизация и развитие внутреннего туризма. Во многих Муниципальных Образованиях открылись туристские маршруты по родному краю: Сибирский тракт в Игринском и Дебесском районах, «В гости к Бабе Яге» – Граховский район и другие.

На сегодняшний день наиболее качественный, тщательно проработанный и конкурентно-способный туристический продукт – это проект «В гостях у Тол Бабая». 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, в 2016 году – более 40 тыс. человек [6].

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

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 [8].

В феврале на 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 съемок 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 [4].

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 [6].

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 аттрактивностью 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 [5].

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 [5].

Одним из направления 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.

Можно создать туристские деревни на основе существующих сельских поселений с традиционной архитектурой, расположенных в живописной местности. Инвестиции, вложенные в агротуризм, окупятся быстрее, чем в других отраслях сельского хозяйства.

Агротуризм в Шарканском районе будет пользоваться спросом. Данный вид отдыха, конечно, индивидуален, но он имеет право на существование. Агротуризм – прибыльное дело, т.к. с каждым годом растет численность туристов, предпочитающих патриархальное спокойствие, природу, экологическую чистоту, питание в деревенском доме, знакомство с традиционным бытом, ремеслами. Нужна только хорошая реклама через интернет и СМИ [1].

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. Сурсовой, это святые ключи в с. Шаркан, в д. Бородули, вода в которых обладает лечебной силой.

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 передвижения (пешеходные и конные до Кар-горы, велосипедные до Ниж-Кивар) могут стать настоящим триумфом для турбизнеса. В районе имеются все природные условия по открытию горнолыжной трассы в д. Пужьегурт.

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.

Также функционируют четыре паспортизированных музея в общеобразовательных школах (Шарканская, Ляльшурская, Мувырская, Порозовская), в шести общеобразовательных школах имеются музейные комнаты. Все школьные музеи ведут большую работу по сбору краеведческого материала по истории школ, деревни, боевой и трудовой славе [5].

Проведенный анализ современного состояния туристских маршрутов в Шарканском районе, позволяет констатировать, что при наличии богатого историко-культурного потенциала, наблюдается недостаточный уровень развития туристских проектов, за исключением «В гостях у Тол Бабая» и «Ми тиледыз куное отимы» (Мы приглашаем вас в гости). Предлагается в ближайшей перспективе разработка и продвижение проектов по агро-экотуризму, 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 все 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.

Но для более полного развития программного, 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;
- недостаточность 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».

Но все эти проблемы разрешимы, и с каждым годом потенциал и возможности развития туризма в Шарканском районе растут.

В районе существует масса возможностей предложить туристам самую разнообразную программу досуга: это изумительная природа, 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. И что не маловажно все эти ресурсы – в шаговой доступности.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что Шарканский район в дальнейшем станет центром туристского кластера, и это повлечет за собой развитие экономики и инфраструктуры в целом.

Список использованных источников

1. Гусейнова Н.М. Агротуризм: новые виды досуговой деятельности // «Культура в современном мире: опыт, проблемы, решения», научно-информационный сборник. Вып.4. – Москва, 2002.
2. Удмуртская Республика. Энциклопедия, Ижевск: Удмуртия, 2000.
3. <https://goo.gl/S1yprd> – Википедия. Энциклопедия.
4. <http://pandia.ru/text/78/008/38711> – Интернет-издание.
5. <http://sharkan.udmurt.ru> – официальный сайт Шарканского района.
6. <http://tolbabay.net/> – официальный сайт Тол Бабая.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ИГРИНСКИЙ РАЙОН» УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Платонова Н.А.

Игринский районный краеведческий музей

Сабрекова Е.С.

Удмуртский государственный университет

THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE TERRITORY OF THE MUNICIPALITY "IGRINSKY DISTRICT" OF UDMURT REPUBLIC

Platonova N.A.

Igra district local history museum

Sabrekova E.S.

Udmurt State University

Аннотация: В данной статье рассмотрены и проанализированы основные направления туристской деятельности на территории муниципального образования «Игринский район», особенности, проблемы. Особое внимание обращается на экскурсионно-туристскую деятельность, её развитие и продвижение туристских маршрутов на республиканских и российских туристских рынках.

Abstract: This article describes and analyzes the main areas of tourist activity on the territory of the municipality "Igra area", particularly issues. Particular attention is drawn to the sightseeing and tourist activities, its development and promotion of tourist destinations in the national and Russian tourist markets.

Ключевые слова: туризм, Игринский район.

Key words: tourism, Igrinsky district.

На территории муниципального образования «Игринский район» успешно работают и развиваются экскурсионно-туристические маршруты: «Сибирский тракт – дорога сквозь века», «Игра в Игре с Лопшо Педунем», «Клубок дорог», «В поисках Пельняня», которые посещают жители Игринского района, Удмуртии, а также группы экскурсантов из других регионов Российской Федерации и иностранные гости. Количество туристов, посещающих действующие экскурсионно-туристические маршруты ежегодно увеличивается.

Таблица 1

Наименование экскурсионно-туристического маршрута	Количество экскурсантов в 2015 г.	Количество экскурсий в 2015 г.	Прогнозируемое количество экскурсантов на 2016 г.
Сибирский тракт – дорога сквозь века	1500	60	1600
Игра в Игре с Лопшо Педунем	1000	40	1100
Клубок дорог	200	7	300
В поисках Пельняня	2700	90	2800
Итого	5400	197	5800

Большую часть из всего туристического потока составляют школьники – 56% (55% в 2014 г.), дошкольники – 6% (12% в 2014 г.), студенты – 17% (15% в 2014 г.), пенсионеры – 12% (8% в 2014 г.), работающие – 9% (10% в 2014 г.).

В течение последних лет работа учреждений культуры Игринского района строилась в соответствии с основными направлениями Муниципальной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Игринском районе на 2012 – 2018гг.», утвержденной Постановлением Главы Администрации от 29 октября 2012 года № 2489. Целью данной программы является создание условий для эффективного развития туристской отрасли в Игринском районе.

Ведущее направление в данной работе – экскурсионно-туристическая деятельность, поэтому ведется работа над продвижением маршрутов на республиканском и российском туристских рынках. Это способствует реализации Муниципальной программы, состоящей из нескольких проектов: «Сибирский тракт – территория культурного туризма», «Центр удмуртской культуры – гостевое подворье Лопшо Педуня», «Порвай – этнокультурная деревня», «Мосты любви и счастья», «Факел – посёлок стекольщиков» и «Моя малая родина». В рамках проекта работают внутрирайонные экскурсионно-туристические маршруты: «На деревню к бабушке», «Малиновый звон», «Истоки славы», которые посещают школьники Игры и Игринского района.

Продолжается работа по событийному туризму. С 2009 года в республиканском фестивале юмора «Лопшо Педунь смеётся», который проходит на базе МБУК «Игринский районный Дом дружбы народов», участие принимают творческие коллективы Селтинского, Як-Бодьинского, Алнашского, Глазовского, Дебесского, Игринского и Воткинского районов, всего более 300 человек. В 2015 году впервые на территории муниципального образования прошёл Всероссийский кулинарный фестиваль «От Пельняня до Китая», в котором приняли участие представители 8 районов Удмуртской Республики. Более 3,5 тысяч человек побывали в этот день на базе отдыха «Годешурские горки», ставшей туробъектом в рамках маршрута «В поисках Пельняня». Фестиваль проведён на грантовые средства, полученные МБУК «Игринский районный краеведческий музей» от Министерства культуры Российской Федерации на реализацию проекта «Всероссийский кулинарный фестиваль «От Пельняня до Китая». Также в рамках событийного туризма в 2015 году проведен праздник «Развеселая Масленица», который посетили жители г.Ижевск и г. Глазов (90 человек).

В 2015 году в рамках празднования 400-летия п. Игра сотрудниками Краеведческого музея разработаны интерактивные экскурсионные маршруты «Забывший Вужгурт», «Звон колокольный», которые позволили содержательно представить историю поселка. Данные маршруты посетило свыше 500 человек, среди которых не только жители муниципального образования, но и его гости. В текущем году после окончания Республиканского фестиваля малых архитектурных форм из дерева появился еще один туробъект – Парк культуры и отдыха, где экскурсанты с удовольствием знакомятся с мифами и легендами удмуртского народа. Данный объект уже посетило свыше 1000 экскурсантов.

На протяжении ряда последних лет Игринский район активно принимает участие в Всероссийской специализированной выставке «Туризм. Спорт. Отдых». Так в 2015 году в рамках туристического кластера «Легенды Сибирского тракта» успешно представлены экскурсионные маршруты «В поисках Пельняня», «Игра в Игре с Лопшо Педунем» и «Сибирский тракт – дорога сквозь века». Выставочный стенд Игринского района посетило около 2000 человек. Сотрудники Визит-центра «Сибирский тракт» презентовали видеофильм «Путешествие по Игринскому району» об успешно реализуемых экскурсионно-туристических маршрутах и перспективных направлениях в развитии сельского туризма. В рамках выставки Глава МО «Игринский район» В. А. Прохоров на расширенном заседании Межведомственного координационного совета по развитию туризма при Правительстве Удмуртской Республики представил и защитил новый туристический проект «Резиденция Пельняня». Сильные стороны и недостатки данного проекта подробно были рассмотрены на семинаре «Подготовка и реализация инвестиционных проектов в сфере туризма».

В 2015 году Игринский район включился в формирование нового туристического кластера «Легенды Сибирского тракта», объединив г. Глазов, Глазовский район, Балезино, Дебесы, Яр, Кез, Селты, Сюмси в работе по формированию концепции и стратегии развития кластера. Основная задача каждого муниципального образования в данной совместной работе – привлечь туристов за счет уникальных свойств, неотделимых от их территорий и создать новый качественный совместный турпродукт. Особое внимание уделено вопросам инфраструктуры и видам туризма, способного привлечь туристов, особенно в части гастрономического и событийного туризма.

В 2016 году, помимо действующих экскурсионно-туристических маршрутов, планируется приступить к работе по следующим маршрутам: «Деревня ремесленников», главной идеей которого является создание Деревни ремесленников – музея под открытым небом. Предполагается, что Деревня ремесленников будет представлять собой искусственно созданную «живую деревню», где в отдельных домах разместятся мастера-ремесленники; «Игринские гласы» – паломнический маршрут по святыням Игринского района, направленный на приобщение разновозрастных категорий населения и гостей Игринского района к духовно-нравственному и историко-культурному наследию Православия.

Экскурсионно-туристская деятельность

В первом полугодии 2016г. работа «Визит-центра» МБУК ИР «Краеведческий музей» строилась в соответствии с основными направлениями Муниципальной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Игринском районе на 2012 – 2018гг.», утверждённой Постановлением Главы Администрации от 29 октября 2012 года №2489. Совместно с другими учреждениями культуры решались задачи формирования конкурентоспособного турпродукта через совершенствование имеющихся и формирование новых объектов экскурсионного показа, включая культурно-исторический и природный потенциал Игринского района, налаживали связи в сфере мелкого и среднего предпринимательства с целью открытия ими новых рабочих мест и вовлечения граждан в создание новых туристских услуг. Работали над тем, чтобы скооперировать ресурсы учреждений культуры, власти и бизнеса, СМИ и местного сообщества, пытались сформировать механизм взаимодействия. Занимались продвижением туристского продукта Игринского района на республиканском и российском туристском рынке.

За первое полугодие 2016 года особенно посещаемыми были экскурсионно-туристские маршруты: «Сибирский тракт – дорога сквозь века», где историческое прошлое познаётся через призму настоящего, «Игра в Игре с Лопшо Педунем», который способствует продвижению национальной удмуртской культуры через образ весельчака и балагура Лопшо Педуня и нового маршрута «В поисках Пельняня или китайский след», в ходе которого туристы узнают историю появления «пельменей», секреты приготовления уникального блюда у разных народов. Всего эти маршруты посетило 3099 туристов. Проведено 135 экскурсий. По маршруту «Сибирский тракт – дорога сквозь века» проведено 47 экскурсий (900чел.), «Игра в Игре с Лопшо Педунем» – 30 экскурсий (810 чел.), «В поисках Пельняня или китайский след» – 36 (927 чел.), «Малиновый звон» – 22 (462). К сожалению, разработанный маршрут «Истоки славы», который направлен на патриотическое воспитание подрастающего поколения, на сохранение памяти героического прошлого прадедов и дедов в годы Великой Отечественной войны, не пользуется спросом. Возможно потому, что не раскручен.

По маршрутам проехали гости из Москвы, Нижнего Новгорода, Перми и Пермского края, Республики Мордовии, Ижевска, Глазова, Сарапула, школьники и взрослые Балезинского, Дебёсского, Увинского, Красногорского, Алнашского, Можгинского, Як.Бодьинского, Селтинского, Воткинского, Игринского районов Удмуртии, иностранные гости и жители других регионов, приезжавшие на праздники деревень, т.е. на встречу с малой родиной (ностальгический туризм).

В течение первого полугодия на базе музея проходили семинары, круглые столы по созданию туристского кластера «Легенды Сибирского тракта» совместно с Управлениями культуры тех районов, которые расположены на всей протяжённости Сибирского тракта в Удмуртии. В рамках кластера мы приняли участие в Седьмой Всероссийской специализированной выставке «Туризм. Спорт. Отдых – 2016». В день открытия выставки состоялась презентация туристских возможностей Игринского района, в которой наряду с музеем приняли участие сотрудники Игринского Дома дружбы народов и ансамбля «Устолык». В первый день работы выставки участвовали в конференции «Развитие туристской отрасли в Удмуртской Республике: проблемы и перспективы», организатором которой выступили Федерация туристической индустрии Удмуртской Республики, Министерство культуры и туризма Удмуртской Республики, представили презентацию на тему «Развитие культурно-познавательного туризма в Игринском районе». Выставку посетило более 3000 человек.

Специалисты Музея продолжают работу в плане продвижения событийного туризма с учреждениями культуры посёлка, района. Стало традиционным участие Музея в проведении «Субботеи», где собираются гости не только с районов Удмуртской Республики. В течение четырех лет на базе Игринского Дома дружбы народов специалисты «Визит-центра» принимали активное участие в подготовке и проведении Республиканского фестиваля национального юмора «Лопшо Педунь смеётся», который был организован при поддержке Министерства национальной политики Удмуртской Республики. В фестивалях участвовали семь районов республики, показывали своё мастерство около 80 участников. Со сцены Дома дружбы народов звучали пародии, шуточные песни, частушки, юморески. Театральные коллективы разыграли перед зрителями весёлые сценки, миниатюры и даже мини-спектакли. В рамках фестиваля были организованы конкурсы фотографий, рисунков, литературный конкурс по семи номинациям. По итогам конкурсов прошла выставка рисунков «Лопшо Педунь смеётся» и фотовыставка «Такой разный Лопшо Педунь». Лучшие стихи, песни с фотографиями авторов напечатаны в газете «Удмурт дунне». Победители и участники отмечены дипломами и ценными призами. На одном из фестивалей после слов благодарности в адрес организаторов прозвучали слова: «Спасибо всем за смех, за юмор, который звучал сегодня со сцены. А юмор – это не только нравственное здоровье нации, это способность объединять людей разных национальностей. Наш фестиваль-это толчок для дальнейшего сотрудничества и творческого развития». Это событие было знаковым для привлечения туристов, к сожалению, в 2016г. фестиваль не состоялся.

В этом году Музеем проведен II Всероссийский кулинарный фестиваль «От Пельняня до Китая», который вновь прошёл в рамках республиканского пельменного фестиваля. Более 3000 человек приняли участие в этом мероприятии, в том числе гости из Очёра, Вятских Полян, Ижевска, Глазова, Сарапула. Были привлечены не только производители пельменной продукции из Игринского района, но и частные предприниматели Ижевска, Увы.

В этом году Игринский район вновь встречал участников и гостей этнического Бурановского фестиваля, которые с удовольствием проехали по нашим объектам культурного и исторического наследия.

Праздник деревень – это еще одна ступень в развитии событийного туризма – это ностальгический туризм. Такие праздники прошли уже во многих муниципальных образованиях. Возвращение на родину – это встреча не только с родными и односельчанами, это погружение в историю рода, деревни, это маленькое путешествие. Ежегодно количество таких туристов увеличивается. К сожалению, мы не отслеживаем количество таких туристов, а их бывает более 1500 человек.

Надо отметить, что стал популярен отдых семьями, празднование дней рождения, юбилеев в Центре удмуртской культуры д.Сундур и на базе отдыха «Годешурские горки». Приезжают не только жители нашего района, но и из г. Ижевска, г. Глазова.

В июне 2016г. активно готовились к участию во II Удмуртском национальном празднике «Гербер» в Москве. Разработали магниты, баннер, выпустили буклеты, разработали сценарный ход праздника «Пичи Гербер» для детей.

В 2016 году появился новый турист – свадебный, т.к. специалистами «Визит-центр» было разработано Положение о проведении акции «Посади своё Дерево Любви и Счастья». В рамках данного Положения мы сотрудничаем с Отделом ЗАГС Администрации МО «Игринский район». Гости свадьбы с удовольствием посещают парк деревянной скульптуры, заходят в музей. На сегодня 16 свадеб воспользовались нашей новой услугой. Музей работает с группой архитекторов по созданию концепции парка, его наполнения.

В этом году вновь был проанализирован уровень использования туристских ресурсов МО «Игринский район» в работе наших маршрутов и выявили, что активно задействованы ресурсы следующих МО (почти на 100%):

- Комсомольское (Бачкеево, музей, клуб, Сибирский тракт, экстрим-ночлег; Годекшур, горки, кафе, магазин, аренда 2-х домиков на 15-20 чел. или на 6 чел., если с ночлегом);

- Сундурское (Сундур – клуб, Центр удмуртской культуры, магазин, строится мини-гостиница «У Лопшо Педуна» на 15-20чел.);

- Сепское (клуб, мастер-класс по катанию валенок, плетению поясов, сбиванию масла, обрядовые праздники, лагерные молодёжные смены «Золотая молодежь», научно-практическая конференция по сельскому туризму и др., гостевые дома с размещением 20-30чел.);

- Игринское (Игра – музей, Центр декоративно-прикладного искусства и ремесел, Дом дружбы народов, Художественная галерея (собрание Н.В.Витрука), церковь Иоанна Богослова, кафе «Рябинушка», «Витязь», столовая №1, магазин, Сибирский тракт, гостиница при ПУ-36 на 15чел.) Не используются: гостиница «Луло ошмес» – 20чел., гостиница – кафе «Урал» – 15чел., зал на 60-70чел.

На 50% используются ресурсы следующих муниципальных образований, таких как:

- Зуринское (музей им. Героя Советского Союза С.М.Стрелкова, Сибирский тракт, бывшая территория тюрьмы),

- Кабачигуртское (Сибирский тракт, клуб, памятник павшим воинам, «Чёртово дерево»);

- Лонки-Ворцинское (д.Порвай – музей колокольчиков, родовая куала, родник, клуб, обрядовые праздники, мастер-класс по лозоплетению. Гостевые дома);

- Новозятцинское (церковь, школьный музей, Сибирский тракт);

- Факельское (клуб, Русская горница, праздники «Красная горка», «Сороки»);

- Лозо-Люкское (Заякинская кедровая роща, кафе).

К тому же составили карту гостиниц, баз отдыха, расположенных на территории Игринского района. В будущем планируется использовать этот ресурс в работе с малочисленными группами.

Много внимания уделяется продвижению маршрутов на различных туристических страничках, группах, размещая информацию через соцсети «ВКонтакте», «Фейсбук», «Одноклассники». Индивидуальные туристы и неорганизованные группы из центральной России, близлежащих регионов имеют возможность связываться с Музеем через социальные сети, музейный сайт либо по телефону, выбирают маршрут и отправляются знакомиться с культурно-историческими ресурсами района. Экскурсионно-туристические маршруты Игринского района посетили журналисты и корреспонденты газеты «Комсомольская правда» в Удмуртии, «Новый путь» (с. Дебёсы), ГТРК Удмуртии. Заключен договор с издательством «Компас» на размещение информации о наших маршрутах в журнале «Вестник школьного туризма». Кроме того, специалисты «Визит-центра» подали заявку и приняли участие в региональном этапе Всероссийского конкурса

профессионального мастерства в индустрии туризма в номинации «Лучший экскурсовод (гид)». Проводится фото-и видеофиксация экскурсий.

В течение многих лет при «Визит-центре» проходят летнюю практику студенты ГОУ СПО «Удмуртский республиканский колледж культуры» (специальность «Туризм») и этот год не исключение. Музей тесно сотрудничает с Удмуртским государственным университетом. Одна из проблем развития туризма в Игринском районе – дефицит высококвалифицированных кадров.

Потенциал развития туристкой сферы Игринского района – высокий.

В настоящее время специалисты «Визит-центра» уделяют особое внимание развитию не только культурно-познавательного, событийного, но и сельского, спортивного туризма, примером тому служит площадка в д. Сеп, где в течение трех лет собираются туристы со всей Удмуртии.

Таблица 2

Расширение спектра деятельности для развития туризма

№ п/п	Название туристического маршрута	Год разработки	Краткое описание маршрута
1.	Сибирский тракт – дорога сквозь века	2006	Историческое прошлое через призму настоящего. Проект предполагает интерактивную экскурсию по Сибирскому тракту с посещением краеведческого музея, расположенного в бывшем здании волостного правления, где туристы познают тайну рода Эгра и познакомятся с историей 400-летней Игры. В музее арестантского быта «Этапный пункт» в д. Бачкеево (здание построено местными рекрутами в 1837г.), туристов ждёт познавательная экскурсия об истории Сибирского тракта и его роли в развитии Игринского района, игровая программа в камере с примеркой кандалов и арестантской робы и дегустацией «арестантской» каши. В Центре удмуртской культуры они познакомятся с подворьем и бытом северных удмуртов, а также мастер-класс по лепке перепечей с дегустацией последних.
2.	Игра в Игре с Лопшо Педунем	2008-2009	Продвижение национальной удмуртской культуры через образ весельчака и балагура Лопшо Педуня. Краеведческий музей: знакомство с мифами, легендами удмуртского народа, познание тайны Педор выжы. Центр декоративно-прикладного искусства и ремёсел: постижение ремесла, интерактивная экскурсия в музей «Эгра пужыос», мастер-класс

			«Пестерь счастья от Лопшо». Центр удмуртской культуры: игровая театрализованная программа «В гостях у Лопшо Педуны», дегустация удмуртской кухни.
3.	Истоки славы	2012	Маршрут направлен на патриотическое воспитание подрастающего поколения, на сохранение памяти героического прошлого прадедов и дедов в годы Великой Отечественной войны. Автобусная экскурсия. Состоит из 3-х блоков. П.Игра: экскурсия-презентация в зале боевой и трудовой славы краеведческого музея, беседа об истории создания памятника Героям ВОВ и возложение цветов к Вечному огню. Д.Кабачигурт: посещение Памятника павшим в д.Кабачигурт, встреча с ветераном. С.Зура: экскурсия в музей им. Героя Советского Союза С.М.Стрелкова. Квест-игра.
4.	В поисках Пельняня или китайский след	2011	Пельмени – уникальное блюдо. Почти каждая нация имеет свой вариант пельменей, а где их нет, туда обязательно привезут и попытаются переделать на свой лад. Так, где же родина пельменей? Кто-то считает, что в Китае, кто-то говорит, что в Сибири, а мы утверждаем, что у нас, в Удмуртии. Известно, что древние удмурты называли кушанье «пельнянь» или «ушко из теста». Для этих людей пельмени были не просто вкусным обедом, но и важной составляющей архаического ритуала. Так начинается интерактивная познавательная экскурсия, в ходе которой туристы узнают историю появления «пельменей», секреты приготовления уникального блюда у разных народов, найдут предметы, связанные с приготовлением блюда, изготовят «счастливый пельмень» – символ благополучия и достатка семьи, и, конечно, познакомятся с Годекшурским Пельнянем, поиграют, покатаются на горке и отведают пельмешек.

5.	Малиновый звон	2013	Маршрут способствует развитию паломнического туризма. В ходе экскурсии гости знакомятся с храмами Игринского района. Интерактивная экскурсия и встреча с представителями культа – это не только интерес к истории, архитектуре, но и стремление укрепить веру, прикоснуться к духовной культуре.
6.	«На деревню к дедушке»,	2014	Находится в стадии презентации.
7.	«Мосты любви и счастья»	2014	Находится в стадии презентации.
8.	«Факел – посёлок стекольщиков»,	2014	Находится в стадии презентации.

Таблица 3

Сведения о посетителях музея – туристах

Посетители до 18 лет	Посетители от 18 лет
3542	1458

Участие музея в выставках, проектах по развитию туристского ресурса

- Первый Всероссийский смотр-конкурс муниципальных целевых программ и инновационных проектов 2013-2014 гг. в номинации «Туризм, курорты, заповедники, музеи» (г.Сочи – 1тур, г.Москва – 2тур) – диплом победителя 1 тура и диплом участника финала за проект «Игра в Игре с Лопшо Педунем», направленный на модернизацию инфраструктуры и строительство мини-гостиницы «У Лопшо Педуны» в д. Сундур.

- Конкурс инвестиционных проектов субъектов малого и среднего бизнеса в рамках «Недели инвестора в Удмуртской Республике – 2014» – инвестиционный проект: «Гостевой домик «У Лопшо Педуны» – строительство и оснащение гостевого дома, дальнейшая работа по модернизации туристской инфраструктуры на территории Центра удмуртской культуры д. Сундур. Данный проект в рамках Муниципальной ведомственной программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Игринском районе на 2012-2018 гг.» получил грант Районного Совета депутатов в размере 466 356 рублей.

- Конкурс лучших региональных и межрегиональных проектов Министерства культуры Российской Федерации – грант в размере 450 тыс. рублей на реализацию проекта Всероссийского кулинарного фестиваля «От Пельняня до Китая», который прошел 31 января 2015 г.

- Сотрудничество с Т.А.Астаховым, председателем Ассоциации содействия развитию агротуризма «АгроТуризмАссоциация», пригласившим сотрудников Музея в Калужскую область, которая является лидером по развитию и продвижению сельского туризма в России. В мае 2014 г. специалисты «Визит-центра» участвовали в межрегиональном научно-практическом семинаре «Актуальные проблемы развития сельского туризма в Российской Федерации и пути их решения на примере Калужской области», где познакомились с интересным опытом нескольких районов области. Участники семинара поделились своими наработками по развитию сельского туризма.

- Участие в Международной интернет-видеоконференции «Сельский туризм без границ», которая прошла 5 июня при поддержке Ассоциации содействия развитию агротуризма и Ассоциации сельского туризма Удмуртской Республики.

- Всероссийский конкурс проектов «Культурная мозаика малых городов и сёл» – проект Всероссийского кулинарного фестиваля «От Пельняня до Китая» был представлен в номинации «Традиции и развитие». В конкурсе участвовали 2470 проектов со всех уголков России, в числе 290 проектов – проект Игринского района, попавший в шорт-лист конкурса, и, вышедший в полуфинал (Диплом участника конкурса).

- 5-я Всероссийская специализированная выставка «Туризм. Спорт. Отдых – 2014». В день открытия выставки состоялось расширенное заседание Межведомственного координационного совета по развитию туризма при Правительстве Удмуртской Республики, на котором заведующей «Визит-центра» Н.Платоновой было вручено Благодарственное письмо Министерства культуры Российской Федерации за участие во Всероссийском конкурсе профессионального мастерства. В первый день работы выставки специалисты Центра участвовали в конференции «Развитие туристской отрасли в Удмуртской Республике: проблемы и перспективы», организатором которой выступили Федерация туристической индустрии Удмуртской Республики, Министерство по физической культуре, спорту и туризму УР, представили презентацию на тему «Развитие культурно-познавательного туризма в Игринском районе».

- Заочный конкурс видеороликов V Международного фестиваля туристского кино «Свидание с Россией», который был организован Некоммерческим партнерством содействия развитию кино и туризма «КиТ», Комитетом по туризму Республики Ингушетия, при поддержке: Министерства культуры РФ, Федерального агентства по туризму РФ (РОСТУРИЗМ), Правительства Республики Ингушетия, Союза кинематографистов РФ. Цель данного конкурса формирование интереса к посещению природных, исторических и культурных объектов Российской Федерации; создание дополнительных предпосылок к путешествиям и отдыху в России (внутренний и въездной туризм). Наш ролик о Лопшо Педуне не вошел в число призеров, но он привлек внимание к удмуртской культуре, его просмотрели более 15000 человек. Кроме музея в конкурсе участвовал и Бачкеевский СДК, который представил ролик о Сибирском тракте.

- Всероссийская туристская премия «Маршрут года» 2014 (г. Воронеж) – диплом участника за проекты «Сибирский тракт – дорога сквозь года» и «Игра в Игру с Лопшо Педунем».

- Первая республиканская студенческая научно-практическая конференция «Создание турпродукта как необходимое условие развития внутреннего туризма в Удмуртской Республике» (Ижевск. Колледж культуры) – доклад «Развитие культурно-познавательного туризма в Игринском районе» отмечен Благодарственным письмом.

Включение музеев и музейных программ в туристические маршруты региональных туристических фирм, – общероссийских, – зарубежных.

Туристские маршруты Игринского района включены в планы продвижения и развития туристских фирм г. Ижевска, г. Глазова, г. Сарапула, г. Воткинска. Благодаря РСТ, они представлены на ежегодной Международной туристской выставке «Интурмаркет (ИТМ)». Индивидуальные туристы и неорганизованные группы из центральной России, близлежащих регионов устанавливают связь с музеем через социальные сети, сайт, телефонную связь, выбирают маршрут и отправляются знакомиться с нашими культурно-историческими ресурсами.

**ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ МОЖГИНСКОГО РАЙОНА
УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Шахтов А.С.

Удмуртский государственный университет

Пименова Е.Л.

Удмуртский государственный университет

**TOURISM AND RECREATIONAL RESOURCES OF MOZHGINSKY DISTRICT OF
UDMURT REPUBLIC**

Shakhtov A.S.

Udmurt State University

Pimenova E.L.

Udmurt State University

Аннотация: Туристические ресурсы – это природные, исторические, социальные, культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил. Очень важным является развитие туризма в районах республики. В данной статье мы рассмотрим туристические ресурсы Можгинского района Удмуртской Республики. Можгинский район расположен в юго-западной части республики, вокруг города Можга. Город Можга в состав района не входит, является городом республиканского подчинения. Географическое положение региона благоприятное: он находится в 1,5-2 часах езды от столицы УР, его окружают экономически развитые районы Малопургинский, Увинский, Алнашский, через территорию района проходит федеральная автомобильная дорога с твёрдым покрытием Можга-Ижевск-Елабуга, а также железная дорога Москва-Екатеринбург на протяжении 45 км. На базе историко-краеведческого музея разработаны туристические маршруты по городу: «Можга промышленная», «Можге студенческая», «Музеи города Можги», «Храмы города Можга». Таким образом, Можгинский район обладает различными туристско- рекреационными ресурсами, но туризм не является специализацией района, и в этот момент находится на ранней стадии.

Abstract: Tourism resources - a natural, historical, social, cultural sites, including tourist display objects, and other objects that can satisfy the spiritual needs of tourists contribute to the reconstruction and development of their physical strength. Development of tourism in the regions of the republic is very important. In this article we will look at tourism resources Mozhginsky District Udmurt Republic. Mozhginsky District is located in the southwestern part of the country, around the city Mozhga. Mozhga city in the region is not included, it is a city of republican subordination. Favorable geographical position of the region: it is 1.5-2 hours drive from the capital of Udmurtia, it is surrounded by economically developed areas Malopurginskiy, Uvinsky, Alnashi, it passes through the area federal highway Mozhga-Izhevsk-Yelabuga, as well as railway Moscow-Ekaterinburg for 45 km. On the basis of historical museum tourist routes are developed in the city: "Mozhga Industry", "Mozhga student", "city Mozhga Museums", "city Mozhga Temples" So, Mozhginsky District has different turistko- recreational resources, but tourism is not specialization area, and at this moment it is at an early stage.

Ключевые слова: туристско-рекреационные ресурсы, туризм, Можгинский район, Удмуртская Республика.

Key words: Tourist and recreational resources, tourism, Mozhginsky district, Udmurt Republic.

Туристские ресурсы – это природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил.

В последнее время и в России наблюдается переориентация населения в вопросах поездок на отдых. Многие предпочитают отдыху за рубежом курорты юга нашей Родины.

Сочи, например, стал одним из популярнейших направлений. В настоящее время в Удмуртии активно развивается внутренний событийный и культурно-познавательный туризм. В столице Удмуртии в конце февраля 2016 г. открылся информационный центр по туризму. Он находится в здании центра декоративно-прикладного искусства и ремесел на улице Советской напротив Национальной библиотеки. Также стало известно о других шагах, которые предпринимает республика в плане популяризации себя как региона, привлекательного для туризма. Очень важным является развитие туризма в районах республики. В данной статье мы рассмотрим туристские ресурсы Можгинского района Удмуртской Республики.

Можгинский район образован 15 июля 1929 года. Площадь района – 1997 кв. км. Население к моменту создания района составляло 46 126 человек; 42% населения – удмурты.

Можгинский район расположен в юго-западной части республики вокруг города Можга и граничит с Увинским районом на севере, Малопургинским на востоке, республикой Татарстан и Алнашским районом на юго-востоке, Граховским на юго-западе, Кизнерским на западе и Вавожским на северо-западе. Административный центр – город Можга (в состав района не входит, является городом республиканского подчинения). Население 29,1 тысяч человек. Национальный состав: удмурты 64%, русские 30%, татары 3,8%, другие национальности 2,2%.

Полезные ископаемые – наиболее важными и довольно значительными являются: известняк, торф, глина, песок. Практическое значение имеют месторождения известняков Лудзи-Шудзинское, Пычаское, Атабаевское, Новокарамбайское. Важное хозяйственное значение имеют глины и суглинки: месторождения Чумойтлинское и Можгинское. Район богат торфяниками, а также есть незначительные запасы гипса, ангидрита.

Водные ресурсы Можгинского района представлены поверхностными водами это – реки, пруды, озера-старицы, болота, родники. Они занимают – 1146 га, это 0,6% площади. Самая крупная река в районе – Вала, приток реки Кильмезь. Общая ее длина 196 км., половина которой приходится на Можгинский район. Реки меньшего порядка – Ныша, Сюгинка, Сюгаилка, Пошурка, Пычас, Сарсак, Юринка и т.д. важное хозяйственное, рыбоводное, противопожарное значение имеют пруды. К значительным по площади прудам следует отнести Кинеусьский, Малосюгинский, Каксинский, Учинский, Большепудгинский, Нынекский. Раньше они были возле каждой деревни, сейчас многие в запущенном состоянии и требуют очистки и реконструкции сливных сооружений. Вызывает тревогу загрязнение речных вод навозными стоками с животноводческих ферм, истощение рыбных запасов, обмеление и заиливание рек.

В пойме Валы имеются низинные болота, а также выявлены болота с лечебной грязью по берегам Валы и Сюгинки. Они занимают 326 га (0,2%).

Важным резервом для водоснабжения являются подземные воды. Глубина их залегания от 0,1 до 3,5 метра. По химическому составу воды пресные, умеренно жесткие. Лесные ресурсы. Лес занимает 82329 га 41% территории района. Крупные массивы сохранились на северо-востоке и юго-западе. Лесообразующими породами являются ель, пихта, сосна, береза, осина, липа. Массовой заготовки древесины не ведется, так как ресурсы ограничены. Небольшие лесные массивы около населенных пунктов выполняют водоохранную, санитарно-гигиеническую и оздоровительную функцию, а также используются местным населением для рекреационных целей, сбора грибов и ягод.

Земельные ресурсы. По данным земельного комитета за 2006 год наибольшую площадь занимают сельхозугодия – 105390 га 52% из них пашня – 87537 га, пастбища – 10257 га, сенокосы 6648га, сады – 948 га. К сожалению, на сегодняшний день обрабатываются не все пахотные земли, около 16 тыс. га. Нарушенные земли, а это в основном карьеры – 227 га, овраги – 393 га выведены из земельного фонда.

Рекреационные ресурсы – ресурсы, способствующие восстановлению здоровья человека, создающие условия для хорошего отдыха. На сегодняшний день на территории

района находится более 40 исторических памятников, памятников природы, архитектурных сооружений, которые находятся под охраной государства.

Географическое положение района благоприятное: он находится в 1,5-2 часах езды от столицы УР, его окружают экономически развитые районы Малопургинский, Увинский, Алнашский, через территорию района проходит федеральная автомобильная дорога с твердым покрытием Ижевск – Можга – Елабуга, а также железная дорога Москва-Екатеринбург на протяжении 45 км.

Через Можгинский район проходят магистральные газопроводы международного значения из Западной Сибири в Центр страны и к западной границе. С целью равномерного газопотребления в течении года, было заложено Карашурское подземное хранилище газа, куда поступает газ с магистрального газопровода.

Транспортная доступность и транспортные предприятия (пассажирские перевозки). Через район проходят ж/д Казань-Екатеринбург, Ижевск-Москва, все поезда с Дальнего Востока; межреспубликанские автомобильные дороги Ижевск-Можга-Елабуга; Можга-Вавож-Ува; Можга-Грахово. Расстояние до Ижевска 93 км.

Транспортными перевозками по району занимается совместное с городом предприятие Можгинский филиал ОАО «Удмуртавтотранс» (управляющий Уразов Э.Р.), ряд населенных пунктов закреплен за частной организацией.

Культурно-исторические ресурсы. Михайло-Архангельский храм. Первое православное религиозное молитвенное помещение было воздвигнуто в Можге в начале XX века. Там, где располагается нынешний Свято-Михайло-Архангельский храм, у заводских ворот стекольного завода в 1901 году был основан молитвенный дом, при котором действовала первая можгинская церковно-приходская воскресная школа. После 1917 года храм был закрыт. В советское время здесь располагалась спортивная школа. В 1992 году можгинскими городскими властями было подписано соглашение о передачи бывшего храмового здания Русской Православной Церкви. В том же году храм был освящен. В преддверии освящения было проведено множество ремонтных и восстановительных работ. С ноября 2008 года при Свято-Михайло-Архангельском храме города Можги официально действует Детская церковно-приходская воскресная школа.

Открытое акционерное общество «Свет». Основано в 1835 году как Сюгинский стекольный завод. Выпускает стеклотару для пищевой, химической, парфюмерно-косметической и медицинской промышленности России и стран СНГ. Является одним из крупнейших стеклотарных предприятий России. В административном здании ОАО «Свет» открыт свой музей. В фотографиях и текстах отражена богатая история предприятия. Посетители могут увидеть образцы продукции, выпускаемой на заводе в разные годы. Район ОАО «Свет» является исторической частью города.

Здесь сохранилась первая улица посёлка стекольного завода – Октябрьская (в прошлом улица Большого порядка). В наши дни она сохранила свою планировку начала 20 века. По-прежнему на этой улице находятся деревянные одноэтажные многоквартирные жилые дома. Изменилось назначение некоторых зданий, но общий вид остался неизменным.

Из архитектурных памятников XIX на южной стороне улицы сохранился дом владельца Сюгинского стекольного завода С.А. Шишкова. В настоящее время здание частично реконструировано, но оно не имеет статуса памятника. Рядом располагается деревянный дом (жилой), в котором жила прислуга хозяина.

В северной части улицы сохранился деревянный дом кон. XIX – нач. XX вв. с образцами богатой резьбы. В этом доме проживал управляющий стекольным заводом Н.А. Блинов.

Интересна история дома № 13. Строился он для семьи директора завода «Свет» Лузгина. Большой дом, украшенный пропиленной резьбой с красивым парадным крыльцом. В настоящее время в нём располагается детская поликлиника. Дом № 13 был построен в 1910-е годы. Здание железнодорожного вокзала. Хотя вокзал и не имеет статуса памятника, он представляет интерес, как у гостей города, так и у его жителей.

Здание было построено в 1916 году для нужд рабочего поселка при стекольном заводе, в то время она получила название Сюгинская в честь протекающей рядом речки. С тех пор станция стала неотъемлемой частью Сюгинского поселка, выросшего до города Можги. Цвет и архитектура с 1920-х годов до сегодняшнего времени значительно не менялись. Здание вокзала красили, сохраняя изначальный зеленый цвет с частично белыми вставками в некоторые элементы. Вставили решётки, оборудовали системами безопасности, отвечающими современным требованиям. В ближайшей перспективе здание собираются сносить, на его месте должны построить новую станцию по проекту глазовского серого, бетонного вокзала.

На базе историко-краеведческого музея разработаны туристические маршруты по городу: продолжительность 1,5 часа – для школьников и студентов. Демонстрируется историческая часть города, предприятия (с посещением деревообрабатывающего предприятия «Красная звезда», швейной фабрики «Фасон», типографии), памятники города, места отдыха (городской пруд, парк культуры и отдыха, музеи).

«Можга промышленная». Продолжительность 1,5 часа – для деловых людей с посещением предприятий: ОАО «Свет» – старейший стекловаренный завод, деревообрабатывающее предприятие «Красная звезда», выпускающее известные на всю страну деревянные линейки, школьно-письменные принадлежности, детскую мебель, лесокомбинат – производство мебели, «Можгасыр».

«Можга студенческая». Продолжительность 1,5 часа – для абитуриентов, учащихся старших классов. С посещением педагогического, ветеринарного колледжей, медицинского училища, профтехучилищ, филиала Удмуртского Государственного университета.

Музеи города Можги. Продолжительность 1,5 часа – для всех категорий населения.

С посещением историко-краеведческого музея, народного музея «Набат памяти», народного музея «Герои Советского Союза – наши земляки и защитники Брестской крепости», комнаты-музея им. Н.С. Байтерякова, народного поэта Удмуртии, школьных музеев, мастерской члена Союза художников России В.П. Кашина.

Храмы города Можги. Экскурсия в Свято-Михайло-Архангельский храм г. Можги, построенный в начале XX века. Храм был закрыт в 20-е годы. В 1992 г. была восстановлена литургическая деятельность, в деревянную Церковь Святителя Николая Чудотворца, построенную в 2005 г.

Таким образом, Можгинский район обладает различными туристско-рекреационными ресурсами, но туризм не является специализацией района и в данный момент находится на начальной стадии развития.

Список использованных источников

1. Географический анализ рекреационного потенциала Удмуртии // Вестник Удмуртского университета. Сер. Науки о земле. – 2004. – №8. – с. 169-174.
2. Географический анализ рекреации вне дома на примере Удмуртии // Актуальные вопросы социально-экономического развития России в 21 веке: аспиранты и студенты в научном поиске: Материалы межрегиональной научно-практической конференции. – Смоленск: Издательство «Универсум», СГУ, 2005. – с. 228-232.
3. Методические подходы интегральной оценки рекреационного потенциала территории в аспекте аттрактивности // География в меняющемся мире: взгляд молодых учёных: Материалы Молодежной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей 8 апреля 2005 года / Факультет географии и геоэкологии СПбГУ. – Санкт-Петербург, 2005. – с. 42-50.
4. Справочник по административно-территориальному делению Удмуртии / Составители: О.М.Безносова, С.Т.Дерендяева, А.А.Королева. – Ижевск: Удмуртия, 1995. – С. 151. – 744 с.

5. Удмуртская республика: Энциклопедия / Гл. ред. В. В. Туганаев. – Ижевск: Удмуртия, 2000. – С. 14. – 800 с.
6. <http://www.mozhga-rayon.ru/city/history.php>.
7. <http://loveudm.ru/dostoprimechatelnosti-mozhginskogo-rayona-udmurtii>.
8. <http://mozhga.net>.
9. http://mozhga-museum.ru/services/tourist_routes/index.php.
- <http://mozlife.ru/stati/o-mozhge/v-mozhginskom-raione-otkrylsja-turistich.html>.

УДК 338.48(470.41)(045)

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МОНОГОРОДАХ
(НА ПРИМЕРЕ Г. ЗЕЛЕНОДОЛЬСКА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)**

Филинова О.Е.

Удмуртский государственный университет

**PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT OF TOURISM IN MONOCITY (BY EXAMPLE
ZELENODOLSK OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN)**

Filinova O.E.

Udmurt State University

Аннотация: Статья посвящена вопросам развития туризма в моногородах. В статье дается одно из определений термина «моногород», подчеркивается актуальность темы диверсификации экономики моногородов, приводятся варианты их эффективного развития. В качестве примера моногорода выбран г. Зеленодольск Республики Татарстан. В статье дается характеристика географического положения, транспортной инфраструктуры, градообразующих предприятий, туристско-рекреационных возможностей города и района. Автор описывает экскурсионные программы Государственного историко-архитектурного и художественного музея «Остров-град Свияжск», архитектурно-этнографического комплекса имени Каюма Насыри, музея художника К. Васильева, экспозиции музея историко-культурного наследия г. Зеленодольска, подчеркивает значение Раифского Богородицкого мужского монастыря для развития паломнического туризма в Республике Татарстан. В статье делается вывод о достаточно высоком туристско-рекреационном потенциале города и района. В статье приводятся планы по дальнейшему развитию туризма с целью реализации «Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года». Планируется использовать выгодное географическое положение города и района, интерес жителей республики к активному отдыху на природе.

Abstract: The article is devoted to the development of tourism in monocity. The article presents one of the definitions of the term "monocity", emphasized the relevance of the theme of economic diversification of monotowns, gives options for their effective development. As an example, company towns selected Zelenodolsk of the Republic of Tatarstan. The article describes the geographical location, transport infrastructure, city-forming enterprises, tourist and recreational area of the city and features. The author describes the excursion programs of the State Historical-Architectural and Art Museum "Island-town Sviyazhsk", architectural-ethnographic complex named Kayum Nasyri, artist K. Vasiliev Museum, the museum of historical and cultural heritage of Zelenodolsk, stresses the importance of Raifa monastery for development pilgrimage tourism in the Republic of Tatarstan. The article concludes on a rather high tourist and recreational potential of the city and district. The article presents the plans for further development of tourism in order to implement the "Strategy of socio-economic development of the Republic of Tatarstan till 2030". It is planned to use the favorable geographical position of the city and the district, the interest of the Republic's residents for active outdoor recreation.

Ключевые слова: туризм, моногород, Татарстан, Зеленодольск.

Key words: tourism, monocity, Tatarstan, Zelenodolsk.

Моногород – это город, зависящий от одного или нескольких «градообразующих» предприятий в плане трудоустройства и инфраструктуры. Слово «моногород» является сокращением понятия «монопрофильный город», где греческая приставка «моно» означает «единственный». Термин «моногород» достаточно неоднозначный. Из-за исторического формирования таких населенных пунктов вокруг крупных градообразующих предприятий либо цепочки из них под эту категорию попадают очень разные по проблематике, экономическому и социальному развитию города. По мнению экспертов, занимающихся проблемами моногородов, в России насчитывается порядка 400 моногородов, в них проживают 25% городского населения страны или 16 миллионов человек.

В 2014 году в Российской Федерации была создана некоммерческая организация «Фонд развития моногородов», призванная содействовать развитию инфраструктуры и диверсификации экономики моногородов с целью стабилизации их социально-демографического и экономического статуса. Постановлением Правительства РФ № 709 от 29 июля 2014 года были определены критерии отнесения муниципальных образований РФ к моногородам.

Тема развития моногородов в настоящее время крайне актуальна. Последствия мирового финансового кризиса в России негативно отразились на социально-экономическом развитии монопрофильных городов, в которых проблемы функционирования градообразующих предприятий значительно нарушили хозяйственный и социальный уклад жизни населения. В период сложной экономической обстановки и ограниченных финансовых ресурсов (в том числе госбюджетных), одним из важнейших стратегических направлений развития моногородов становится не столько модернизация, сколько диверсификация существующего производственного потенциала, дальнейшее развитие их экономических, социальных, культурных, управленческих и других функций.

При этом приоритетным направлением реструктуризации должно стать развитие некапиталоемких отраслей экономики (в том числе – в сфере малого и среднего бизнеса), направленных на создание новых рабочих мест, улучшение социальной обстановки и качества городской и пригородной среды. И одной из таких отраслей является туризм. Развитие туристско-рекреационной сферы может способствовать не только активизации и диверсификации экономики моногородов, но и привлечет внимание к качеству городской среды, будет стимулировать рациональное использование культурных и природно-рекреационных ресурсов.

Эксперты отмечают несколько вариантов эффективного развития моногородов. В их числе, в частности, развитие моногорода путем присоединения его к конгломерату. Еще один из вариантов развития моногорода – это не симбиоз с крупным городом, а поворот к сельской местности. Все это актуально и в отношении развития туризма в моногородах. Диверсификация экономики моногорода подразумевает и развитие прилегающих территорий. В поясе 15-20 километров от многих моногородов можно развивать туризм, создавая специальные рекреационные зоны. Кроме того, ориентация на сельскую местность создает предпосылки для развития сельского туризма на территории.

В перечень монопрофильных муниципальных образований РФ (моногородов) вошли и городские поселения Республики Татарстан: пгт. Камские Поляны, г. Зеленодольск, г. Елабуга, г. Нижнекамск, г. Набережные Челны, г. Менделеевск.

Зеленодольск – пятый по величине город Татарстана, центр Зеленодольского района с 1958 г. Зеленодольск расположен в северо-западной части Республики Татарстан на левобережье реки Волга, в 40 километрах к западу от Казани. Площадь города – 37,73 квадратных километра. Население Зеленодольска – более 100 тысяч человек, в нем живут люди более тридцати национальностей. Основные национальности – русские (51,4%), татары (43,5%), чуваша (2,6%), марийцы (0,7%).

Зеленодольск – это важный транспортный узел. По территории Зеленодольского района проходят железные дороги (направления на Казань, Москву, Ульяновск, столицу

Республики Марий Эл Йошкар-Олу). Вблизи города проходит автомобильная дорога на Йошкар-Олу. Действует автодорожный (вблизи поселка Займище) и железнодорожный мосты через Волгу, вблизи города – паромная автомобильная переправа.

В настоящее время в городе действует 14 промышленных предприятий, чья продукция экспортируется во многие страны мира. Наиболее важные отрасли производства: судостроение – ОАО «Зеленодольский завод имени А.М. Горького», машиностроение – Зеленодольское производственное объединение «Завод имени Серго» (компания POZIS), деревообработка – ЗАОР (НП) «Поволжский фанерно-мебельный комбинат», ОАО «Зеленодольский фанерный завод».

Туристско-рекреационные возможности города и района

Достоянием города и района являются 50 памятников истории, 7 – архитектуры. С учетом богатого исторического, культурного и природного наследия разработана программа «Развитие туризма в Зеленодольском районе и городе Зеленодольске», которая предусматривает сохранение и развитие богатейшего архитектурно – природного комплекса, расположившегося на сравнительно небольшой по площади территории.

На территории Зеленодольского района находятся устья рек Свияга (правый приток Волги) и Сумка (левый приток Волги) и располагается Раифский участок Волжско-Камского заповедника. В заповеднике имеется несколько озер. Самое крупное – оз. Раифское, на берегу которого расположен Раифский Богородицкий мужской монастырь. Монастырь был основан в 1613 году, в нем хранится Грузинская икона Божией Матери. В советское время помещения монастыря использовались не по назначению. Восстановление Раифской обители началось в 1992 году. Раифский Богородицкий мужской монастырь является местом паломничества православных верующих.

В результате наполнения в 1957 году Куйбышевского водохранилища расположенный в районе древний город Свияжск оказался на острове посреди Волги, в 2008 году открылась дамба с автодорогой от Свияжска до левого берега Свияги, в 2011 году на дамбе устроены канал и мост. В 2009 году на острове был создан Государственный историко-архитектурный и художественный музей «Остров-град Свияжск». В настоящее время продолжается работа по включению острова-града в список объектов культурного наследия ЮНЕСКО. Экскурсионная программа музея включает в себя экскурсии «От Свияжской крепости до Российской империи», «Историческая летопись чудо-града», «Сквозь призму веков», «Сказание о земле Свияжской», «На острове Буяне или в царство славного Салтана...» продолжительностью от 1,5 до 3,5 часов, интерактивные программы «Стрелецкие забавы», «Богатырская сила».

В городе работает музей историко-культурного наследия г. Зеленодольска, в котором представлены экспозиции: «Зеленодольск. Первые страницы истории», «Зеленодольск. Эпоха великих строек», «Романовский мост», «Зеленодольск – фронту». В музее проводятся выставки, приуроченные к разным датам, интерактивные, экологические, этнографические, познавательные-развлекательные, патриотические программы и квест-игры «Красный сарафан», «В гостях у русской печки», «Праздник хлеба» и др.

История города и района прославлена именами известных деятелей культуры, науки и искусства: писателей Габдуллы Тукая, Каюма Насыри, художника Константина Васильева и многих других.

В селе Большие Ачасыры работает Архитектурно-этнографический комплекс имени Каюма Насыри, представляющий собой усадьбу татарского крестьянина конца XIX-начала XX веков. В состав комплекса входят дом крестьянина, баня, хозяйственные постройки: «клеть жениха», хлев и сарай, творческая мастерская ученого, навес для упряжи. Основные экскурсии по комплексу: «Жизнь и творчество Каюма Насыри», «Уклад жизни татарского крестьянина в конце XIX-начале XX века», интерактивные этнографические программы с мастер-классами: «Бабушкин сундук», «В гостях у печки»,

«Полотенце – зеркало души», «Мельница-кормилица», «Мастер на все руки», «Путешествие в мир лекарственных трав». Для организованных групп по заявкам возможно проведение праздников Сабантуй и Науруз.

В поселке Васильево открыт Мемориальный музей известного самобытного художника К.А. Васильева, в котором воссоздан быт семьи и представлено его биографическое наследие. В музее проводятся экскурсии «Жизнь и творчество художника К.А. Васильева», «Русь былинная», «Кольцо Нибелунга», «Знакомься – музей», музейные уроки «Огонь рождественской свечи», «Свет материнских глаз» и др.

Таким образом, можно сказать, что город и район обладают достаточно высоким туристско-рекреационным потенциалом.

В июне 2015 года был принят закон «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года». Руководство г. Зеленодольска одним из подходов к развитию территории города и района определило их пространственное развитие, предполагающее создание комфортного пространства для развития человеческого капитала. Интересным направлением может стать островной туризм. В районе около полутысячи островов площадью 1,5 тыс. га. На многих из них есть песчаные пляжи и чистый лес. Необходимо обустроить зоны отдыха и наладить транспортное сообщение. Кроме того, для развития пешего туризма планируется сделать туристические тропы в Ключинском и Раифском поселениях.

Список использованных источников

1. Фонд развития моногородов. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.frmrus.ru>.
2. Музей-заповедник «Остров-град Свияжск». [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://ostrovgrad.org>.
3. «Раифский Богородицкий епархиальный мужской монастырь». [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.raifa.ru>.
4. Тыгин, А. Зеленодольск в Стратегии-2030 /А.Тыгин // Зеленодольская правда. – 2016. – 10 марта.
5. Официальный сайт Зеленодольского муниципального района. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://zelenodolsk.tatarstan.ru>.

УДК 338.48:364(045)

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Суханова Е.А.

Удмуртский государственный университет

PREREQUISITES FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIAL TOURISM

Sukhanova E.A.

Udmurt State University

Аннотация: Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме – развитие социального туризма. Автор раскрывает понятие «социальный туризм» с разных точек зрения. Главная цель социального туризма заключается в том, чтобы создать условия для путешествий категорий населения (пенсионеры, инвалиды, ветераны войны и труда, школьники, молодежь), которым государство, государственные и негосударственные фонды и другие организации оказывают социальную поддержку. Развитие социального туризма позволит организовать отдых и приобщить к культурным ценностям ограниченно дееспособных граждан. Развитие социального туризма является сегодня одним из основных направлений удовлетворения потребностей

социально незащищенных групп населения Российской Федерации и повышения доступности туристических услуг для этих категорий граждан и учащихся.

Abstract: The article is devoted to the problem of today – social tourism. The author reveals the concept of "social tourism" from different perspectives. The main goal of social tourism is to create conditions for travel groups of the population (pensioners, invalids, veterans of war and labor, students, young people), which the state, government and non-governmental foundations and other organizations provide social support. The development of social tourism will allow to organize vacation and attach to the cultural values of limited capable citizens. The development of social tourism is today one of the main areas to meet the needs of socially vulnerable groups of the population of the Russian Federation, and increase the availability of travel services for these categories of citizens and students.

Ключевые слова: социальный туризм, особенности социального туризма, виды социального туризма, преимущества и недостатки социального туризма.

Keywords: social tourism, features of social tourism, types of social tourism, advantages and disadvantages of social tourism.

На сегодняшний день индустрия туризма является одним из перспективных и быстро развивающихся секторов экономики. Воздействие туризма на экономику страны приобретает огромные масштабы. Туристские предприятия, организуя свою деятельность, извлекают значительную прибыль и создают новые рабочие места. Туризм порождает такую форму потребительского спроса, как спрос на отдых. В результате туристской деятельности расширяется рынок для отраслей, выпускающих предметы потребления, увеличиваются доходы транспортных фирм, службы связи, формируются доходы от производства туристского снаряжения, увеличивается спрос на сувенирную продукцию, изделия местных промыслов. В результате увеличения доходов туристских фирм стабилизируются валютные поступления в бюджеты различных уровней благодаря налогам.

Рассматривая туризм как отрасль рыночной экономики, следует отметить его социальную значимость. Возрастает роль туризма в духовном и физическом развитии личности, формировании уровня и качества жизни [4].

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ сказано: «туризм социальный – туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей» [1].

Социальный туризм – это любой вид туризма (познавательный, курортный, экологический, сельский и т.д.), расходы на который полностью или частично компенсируются из социальных средств.

Главная цель социального туризма заключается в том, чтобы создать условия для путешествий категорий населения (пенсионеры, инвалиды, ветераны войны и труда, школьники, молодежь), которым государство, государственные и негосударственные фонды и другие организации оказывают социальную поддержку.

Для социального туризма характерны свои особенности:

1) социальный туризм имеет свою целевую направленность, которая обеспечивает предоставление своим гражданам реальные возможности доступа к туризму. Этот туризм доступен каждому гражданину, в зависимости от его возраста, здоровья, социального положения, который в первую очередь осуществляется для менее обеспеченных людей.

2) основными участниками данного вида туризма являются определенные категории населения (учащиеся, студенты, пенсионеры, инвалиды, ветераны войны и труда, малообеспеченные семьи). Более того, социальный туризм может проявляться в качестве компенсации за напряженную работу, стимулирования эффективного труда;

может включать в себя соответствующие категории работников предприятий и организаций.

3) источники финансирования социального туризма – это государственные и муниципальные средства на социальные нужды.

4) социальный туризм представляет собой организованный и коллективный туризм, выражающий прежде всего культурно-познавательный, восстановительный и оздоровительный характер.

5) существуют определенные особенности форм, инструментов, характеризующих потребление турпродукта в этой области [5].

Социальный туризм представляет множество разновидностей (познавательный, рекреационный, сельский, экологический и др.). На сегодняшний день одним из самых перспективных направлений в этой сфере является сельскохозяйственный (агротуризм). Данный вид социального туризма предоставляет городским жителям возможность посетить сельскую местность, познакомиться с провинциальным бытом, жизнью крестьянско-фермерских хозяйств. Агротуризм включает в себя такие виды активности, как анимация и мастер-классы, позволяющие более красиво преподнести традиции и обычаи региона.

Предприниматель в области социального туризма имеет множество преимуществ: отсутствие конкурентов и высокий спрос на услуги экономкласса. Также можно отметить такое достоинство социального туризма как доступные стартовые условия: земля, доступная по цене, а современные технологии позволяют вести строительство в рамках довольно скромного бюджета.

Наряду с преимуществами, существуют и недостатки в развитии данного направления: отсутствие надлежащей законодательной и нормативной базы; информационные и психологические проблемы, с которыми сталкиваются отдыхающие в системе социального туризма; растущие стандарты качества обслуживания социального туризма; формы оказания материальной помощи клиентам социального туризма и ряд других проблем.

Развитие социального туризма позволит организовать отдых и приобщить к культурным ценностям ограниченно дееспособных граждан. Необходимо разрабатывать туристские программы, учитывая доступность для людей со специальными нуждами [2].

Во Всеобщей декларации прав человека отмечается, что все люди имеют право на отдых, свободное время, ограничение часов работы и оплачиваемый отпуск. Учитывая тот факт, что данное право выполняется не во всех местах, необходимо вести борьбу за использование отдыха и туризма для удовлетворения человеческих потребностей на основе социального туризма. Его главной целью всегда является обеспечение условий для путешествия и отдыха всех слоев населения. Инициативы по развитию туризма необходимо нацелить на полную реализацию потенциала каждого человека, как личности, так и гражданина. Обеспечение доступности туристского отдыха для всех, включая семьи, молодежь и пожилых лиц, обязательно означает участие в борьбе против неравенства и против исключения лиц с ограниченными средствами или возможностями.

С этой целью следует разработать и осуществить определенные меры: определение социально-туристской политики, создание инфраструктуры, обеспечение системы поддержки малообеспеченных слоев населения, подготовка кадров, информационная работа и т. д. Для повышения культурного уровня туриста, благодаря путешествиям по новым местам; а также физическим, художественным, спортивным и рекреационным видам деятельности. Организаторы социального туризма желают заниматься совершенствованием человеческих взаимоотношений благодаря их профессиональной подготовке и культурно-развлекательной деятельности. Исходя из этого, социальный туризм является средством социального объединения [4].

В настоящее время единого определения понятия «социальный туризм» пока нет. Социальный туризм – это вид туризма, создающий возможность использовать туризм

большинству населения страны. Основными формами социального туризма являются детский туризм, семейный туризм, туризм для инвалидов, для пожилых (пенсионеров), спортивный туризм. Роль социального туризма в обществе заключается в реализации потребности практически всех категорий населения в отдыхе, восстановлении сил. Благодаря туризму происходит восстановление общества в физическом и духовном смысле.

Состояние современного российского общества требует развития социального туризма. Благодаря этому можно было бы вовлечь в туристские путешествия миллионы россиян. Это развитие открыло бы широкие возможности оздоровления, познания, приобщения к культурным ценностям средствами туризма, способствовало бы переориентации большинства населения на иные социальные и политические ценности. Социальный туризм способствует здоровому образу жизни и духовности. Следовательно, развитие социального туризма является актуальным в наше время.

Проблема развития данного вида туризма является наиболее сложной и трудноразрешимой. Она состоит в поиске источников его финансирования, а при наличии таковых – в системе добросовестного распределения финансовых средств среди малоимущих категорий и лиц, имеющих по тем или иным критериям предпочтительное право на льготы в нем.

Обеспечение доступности туристского отдыха для всех, включая многодетные семьи, молодежь и пожилых лиц, требует разработки и осуществления ряда конкретных мер, к числу которых относятся определение социальной туристской политики государства, принятия собственных законодательных и нормативных актов, создание социальной инфраструктуры, обеспечение систем и механизмов поддержки малообеспеченных слоев населения, подготовка работников системы социального туризма, включая его организаторов, информационная работа и многое другое [3].

Безусловно, тема социального туризма и перспектива его развития актуальна в наше время. По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), сфере туризма принадлежит около 9% мирового ВВП и каждое 11-е рабочее место в мире. Количество международных туристов выросло с 25 млн. человек в 1950 году до 1,1 млрд. в 2014 году. Данные последних лет указывают на заметное расширение возрастных границ путешествующих, повышение образовательного и культурного уровня этой целевой аудитории. В целом туристический сектор становится более доступным, на что также влияет применение различных интернет технологий. При этом 20% от общего числа туристов – это студенты и молодежь. В общем туристическом потоке развитых стран социальный туризм занимает важное место и вносит заметный вклад в социально – экономическое развитие регионов и экономики этих стран [2].

Роль туризма определена как инструмент, направленный на обеспечение роста человеческого капитала и повышение качества жизни населения. Развитие системы социального туризма является сегодня одним из основных направлений удовлетворения потребностей социально незащищенных групп населения Российской Федерации и повышения доступности туристических услуг для этих категорий граждан и учащихся.

Сегодня мы можем уверенно говорить, что социальный туризм является вопросом государственного значения. Вместе с тем приходится констатировать, что нормативно-правовая база, касающаяся социального туризма в России, до сих пор содержит лишь отдельные нормы, регулирующие отношения в этой области, что делает актуальной работу над её комплексным правовым обеспечением.

Туризм является важной и динамично развивающейся сферой экономики во многих странах мира, нацеленной на удовлетворение потребностей людей, повышение качества их жизни. Туризм играет заметную роль в укреплении государственно-частного партнерства, повышении инвестиционной привлекательности регионов, решении социальных проблем, создании новых рабочих мест, повышении благосостояния населения страны.

Социальный туризм нужен России, как социальное явление, как форма реабилитации и интеграции инвалидов в общество. Это прекрасный метод медико-социальной и психологической реабилитации инвалидов с физически ограниченными возможностями и, особенно, для людей, передвигающихся в инвалидных колясках. Велика роль туризма в экономической сфере. Развитие социального туризма является сегодня одним из основных направлений удовлетворения потребностей социально незащищенных групп населения Российской Федерации и повышения доступности туристических услуг для этих категорий граждан и учащихся.

Список использованных источников

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», от 24.11.96г. N 132-ФЗ, Гл. I, ст. 1; Гл. II, ст. 4.
2. Андреева, Е.Б. Социальный туризм в современной России: проблемы и перспективы развития / Е.Б. Андреева // Вестник Саратовского государственного технического университета, 2006. – №2 (13). – Вып. 2.
3. Глушкова Е.П. Перспективы развития социального туризма в России и РМЭ/ Е.П. Глушкова, Е.А. Белянкина, С.М. Васина// Десятые Вавиловские чтения. – 2006.
4. Котелкин, В.И. Соотношение экономического и социального аспектов развития туризма в России / В.И. Котелкин // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5. – 2005. – Вып. 2.
5. Социальный туризм как инструмент повышения качества жизни населения и потенциал социально-экономического развития регионов Российской Федерации: сборник статей и материалов заочной всероссийской научно-практической конференции / Под ред. О.А. Копцевой. – М: ООО «ПКЦ Альтекс», 2015. – 478 с.

УДК 379.843:94(470.342)(045)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «КРАСНОГО» ТУРИЗМА В КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Коньшев Е.В.

Вятский государственный университет

Цзячен Х.

Вятский государственный университет

DEVELOPMENT PROSPECTS OF RED TOURISM IN THE KIROV REGION

Konyshev E.V.

Vyatka State University

Tszyachen H.

Vyatka State University

Аннотация: В статье рассмотрены основные ресурсы для проектирования туристских маршрутов по Кировской области, посвященных революционному прошлому нашей страны. Актуальность подобного исследования обусловлена вниманием к данной теме со стороны Китайской Народной Республики и потребностью повысить эффективность использования туристского потенциала Кировской области, привлечь дополнительное количество туристов.

Abstract: The article considers the basic resources for the design of tourist routes across the Kirov region, dedicated to the revolutionary past of our country. The relevance of this study is the attention to this subject from the people's Republic of China and the need to increase the efficiency of use of tourist potential of the Kirov region, to attract additional number of tourists.

Ключевые слова: «Красный» туризм, Кировская область.

Keywords: Red tourism, Kirov region.

Развитие «красного» туризма является одним из приоритетов российско-китайского сотрудничества. Об этом заявил руководитель Ростуризма Олег Сафонов в ходе встречи с заместителем руководителя Государственного комитета по делам туризма КНР Ваном Сяофэном [3]. В настоящее время уже функционирует «Красный маршрут». Это межрегиональный проект, призванный объединить территории, связанные с различными периодами развития Советского Союза и жизнью знаменитых коммунистов. Основной целевой группой данного маршрута являются китайские туристы, что определяет специфику логистики маршрута, выбор объектов показа, технологию обслуживания. В феврале 2016 года в преддверии 100-летнего юбилея Великой Октябрьской революции нами был проведен опрос жителей г. Шанхая Китайской Народной Республики. Хотя опрос преследовал решение учебных задач, ряд результатов может быть использовано и при проектировании туристских продуктов.

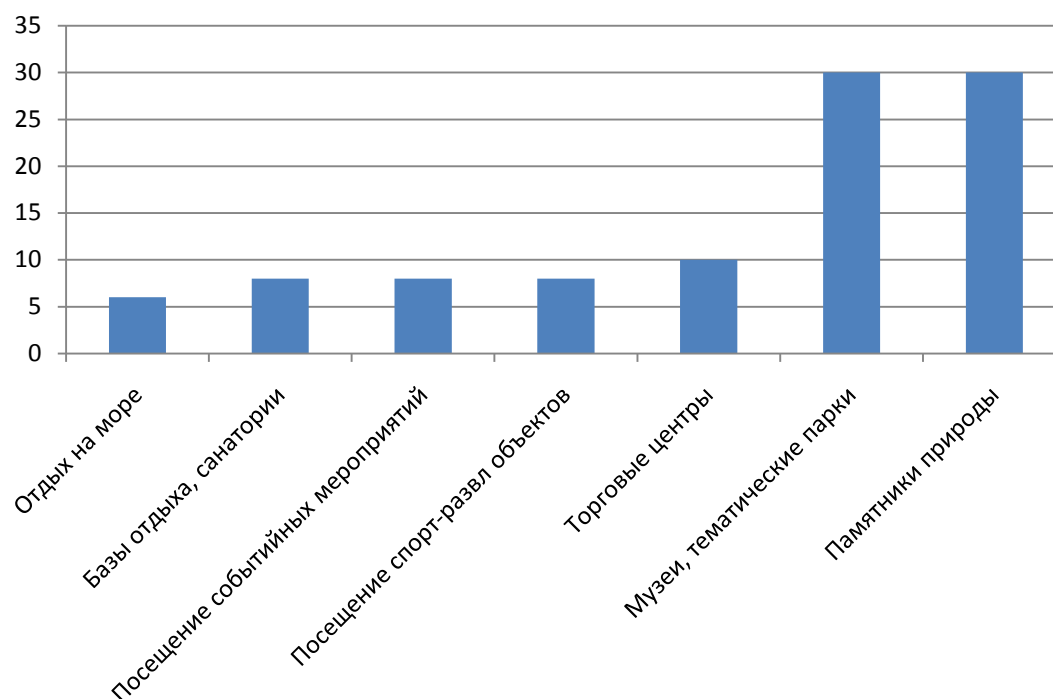


Рис. 1. Предпочтения респондентов в выборе туристских мест в России (в % от общего числа опрошенных)

Как показал опрос, респонденты предпочитают комплексные продукты, направленные на посещение «культовых» мест, музеев, тематических парков и знакомство с особенностями природы страны (рис. 1). Большинство респондентов выбрало для посещения России лето, как наиболее благоприятное время года.

Около половины респондентов планируют праздновать юбилей Великой Октябрьской революции. Это, прежде всего, представители средних и старших возрастов, в то время как молодое поколение плохо представляет себе смысл данного события.

Наиболее интересны для китайцев места, связанные с деятельностью В.И. Ленина и И.В. Сталина (рис. 2). Поэтому обязательным элементом «красного» маршрута является город Москва. Востребованными туристскими доминантами являются также города Ульяновск, Казань и Санкт-Петербург. Хорошими перспективами для вхождения в проект

и создания комплексного, востребованного продукта обладают Пермь, Екатеринбург, Самара, а также Киров.

Кировская область (Вятская губерния) занимала и занимает особое место на «красной» карте мира. На ее территории сохранились места, связанные с жизнедеятельностью политических деятелей, сыгравших заметную роль в Великой Октябрьской революции и дальнейшем развитии коммунистических идей.

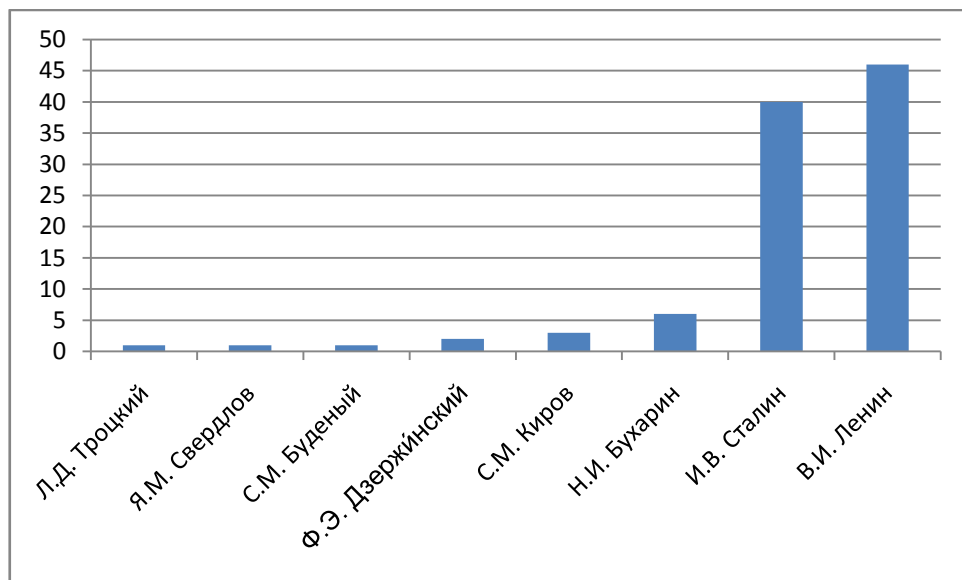


Рис. 2. Осведомленность респондентов о политических деятелях времен Великой Октябрьской революции (в % от общего числа опрошенных)

Уже с конца 50-х гг. 19 века в губернии получили распространение революционно-демократические идеи. Уроженцами Вятской губернии были многие известные деятели народного движения: М.П. Сажин, Н.А. Чарушин, С.Н. Халтурин, Л.В. Чемоданова, А.Д. Кувшинская, А.В. Якимова и другие. Во второй половине XIX в. в Россию стали проникать идеи марксизма. Среди его первых пропагандистов был Н.Е. Федосеев.

В конце XIX – нач. XX вв. Вятский край оставался местом ссылки политических противников царского режима. В эти годы здесь отбывали ссылку известный книгоиздатель Ф.Ф. Павленков, писатель В.Г. Короленко, ученый-математик В.И. Обреимов, поэт Я. Райнис, революционеры В.В. Воровский, П.И. Стучка, Ф.Э. Дзержинский и другие. По памятным местам, связанным с жизнедеятельностью ссыльных и революционеров, Центром развития туризма Кировской области разработан экскурсионный маршрут «Ссылная и революционная Вятка» [4].

Однако, наиболее интересными и значимыми с точки зрения туристской привлекательности являются места, связанные с другими выдающимися политическими деятелями, уроженцами Вятской губернии. Это Киров Сергей Миронович (1886–1934 гг.) – государственный и политический деятель, первый секретарь Ленинградского обкома ВКП(б), член Политбюро ВКП(б) СССР, родился в городе Уржуме Уржумского уезда. А также Молотов Вячеслав Михайлович (1890-1986 гг.) – государственный и политический деятель, председатель Совета Народных комиссаров СССР, нарком и министр иностранных дел СССР, родился в слободе Кукарке (современный город Советск) Яранского уезда.

Основные объекты показа, памятные места, связанные с С.М. Кировым представлены в городе Уржум Кировской области. В настоящее время, среди всех исторических городов Кировской области, г.Уржум имеет самое большое количество объектов, состоящих на охране как памятники истории и архитектуры федерального и местного значения. На территории района сохранилось 50 недвижимых памятников

истории и культуры, из них 27 объектов являются памятниками федерального значения и 23 памятника регионального значения, кроме этого еще не менее 70 объектов, представляющих собой историко-культурную ценность. Исторический центр г. Уржум сохранился в лучшей степени и более целостно, чем исторические центры гг. Слободского, Котельнича, Малмыжа, Санчурска, Орлова, Советска, Белой Холуницы, Лальска, Яранска, Нолинска. В городе действует дом-музей С.М. Кирова и большой музейно-выставочный комплекс при нем. Уржумский мемориальный музей С.М. Кирова основан 1 декабря 1935 года. В настоящее время музея представлен комплексом зданий (мемориальный дом и основное здание). В экспозиции музея представлены вещи, принадлежавшие Кирову и его родным (одежда, предметы быта, документы, фотографии и т.п.). Есть стенды «Родные С.М.Кирова», «История музея», витрина «Подарки музею». В мемориальном доме действует экспозиция «Детство С.М. Кирова». Особенно актуальным является посещение музея в годовщину Великой Октябрьской революции [2]. Уржумский музейно-выставочный центр может стать одной из туристских доминант Всеятыской туристской тропы [1]. В качестве одного из вариантов предлагается проводить здесь двухчасовые экскурсии: в доме-музее – в «аутентичном» советском варианте, так, в точности так, как это делалось в советское время, а в современном здании – экскурсия с современным взглядом на жизнь и деятельность С.М. Кирова. Масштабные события связаны с периодом гражданской войны. На территории Уржумского уезда бушевало восстание, известное в истории как «Степановский мятеж». Известны захоронения участников восстания в Шурме, сохранились участки окопов в деревне Воробы.

Молотов Вячеслав Михайлович (Скрябин) родился в сл. Кукарке Вятской губернии (ныне г. Советск), однако детские годы провел в г. Нолинск, который некоторое время даже носил название Молотовск. В Нолинске сохранился дом, в котором проживал Молотов В.М., в начале 20 века дом был отреставрирован и в нем организовали музей. Музейные экспозиции размещены в 3-х комнатах. Здесь представлены предметы, рассказывающие о детских и школьных годах, проведенных в Нолинске, деятельности Вячеслава Михайловича до Октябрьской революции, а также его постреволюционной партийной работе. В залах музея находятся копии исторических документов, интересные фотографии, картины, доклады, статьи и речи советского руководителя – Молотова В. М. Дополнением к туру может стать посещение Музея матрешки, где туристы могут приобрести знаменитый сувенир [2].

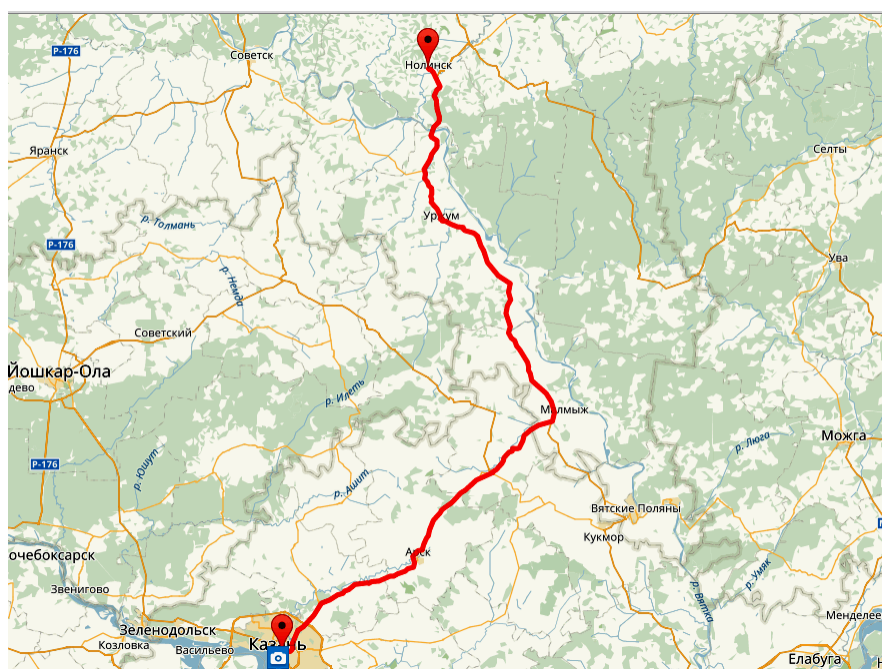


Рис. 3. Нитка «красного» маршрута по территории Кировской области

Таким образом, в Кировской области выявлены два места, которые могут быть интересны китайским туристам и могут войти в одну из вариаций «красного» маршрута. Однако, учитывая невысокую информированность китайских респондентов о политических деятелях «второго» эшелона, потенциала и ресурсов территории может быть недостаточно для формирования самостоятельного маршрута. С позиций технологии туристско-рекреационного проектирования наиболее приемлемой выглядит концепция, где главной туристской доминантой выступает город Казань, из которой осуществляется радиальный выезд китайских туристов по маршруту Казань – Уржум – Нолинск – Казань. Расстояние от Казани до Нолинска составляет 280 км. (рис. 3), поэтому рекомендуемая продолжительность тура 2 дня, с ночевкой в г. Уржум, либо на базе отдыха в Медведском бору. Питание предусмотрено в кафе городов Уржум и Нолинск. В качестве дополнительных услуг предлагается экскурсия на природные объекты Уржумского и Нолинского района, участие в дегустации самобытных продуктов питания, изготовление и приобретение сувенирной продукции. Предполагаемый туристский поток составит около 3000 туристов в год, что позволит получить дополнительную прибыль предприятиям туристской инфраструктуры, музеям и местному населению. Более детально проект маршрута представлен в курсовой работе.

Можно отметить, что формирование маршрутов «красного» туризма по территории Кировской области органично вписывается в Концепцию развития региональной туристско-рекреационной системы Кировской области, и позволяет более полно представить ее потенциал в туристском мировом пространстве [5]. В глобальном контексте развитие «красного» туризма позволит укрепить социальной основы как международной и китайско-российской дружбы, сформировать прочную общественную основу межгосударственного сотрудничества.

Список использованных источников

1. Конышев Е.В. Районные краеведческие музеи как туристская доминанта Всевятской туристской тропы // Туризм в глубине России: сб.тр. IV Всерос. науч. семинара (24-28 июля 2016 г.) / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2016. – 198 с.: ил.).
2. Музеи Кировской области. [Электронный ресурс] <http://vyatkamuseums.ru> – официальный сайт.
3. Официальный сайт Федерального агентства по туризму. [Электронный ресурс] <http://www.russiatourism.ru/news/10723>.
4. Официальный сайт Центра развития туризма Кировской области. [Электронный ресурс] <http://www.visitkirov.ru>.
5. Устойчивая региональная туристско-рекреационная система Кировской области: теория и практика: монография / [С. В. Герасимов, Ю. А. Колесова, Е. В. Конышев, Е. В. Митягина, С. В. Ситников, О. М. Пахомова]; под общ. ред. Е. В. Конышева. – Киров: Изд-во ООО «Радуга-ПРЕСС», 2015. – 254 с.).

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА²

Баталова Л.В.

Удмуртский государственный университет

Гай И.А.

Удмуртский государственный университет

CURRENT STATUS, PROBLEMS AND TRENDS OF RURAL TOURISM

Batalova L.V.

Udmurt State University

Gay I.A.

Udmurt State University

Аннотация: в настоящее время одним из перспективных направлений туристкой деятельности, как в России, так и за рубежом является развитие сельского туризма или агротуризма. Ему присущи особые характеристики: размещение в гостевом деревенском доме, традиционное питание, народные развлечения и приобщение к сельскохозяйственным работам и промыслам. Данному виду туризма присущи как положительные, так и отрицательные стороны, а его успешное развитие во многом зависит от заинтересованности муниципальной власти.

Abstract: development of rural tourism or agricultural tourism is one of the perspective trends of touristic activity in Russia and in the foreign countries. It has specific attributes: accommodation in the guest home in the countryside, traditional food, folk entertainments and exposure to the agricultural work and crafts. This kind of tourism has positive and negative sides and its successful development depends on the municipal power and its interest in this subject.

Ключевые слова: сельский туризм, агротуризм, признаки сельского туризма, ресурсы сельского туризма, положительные и отрицательные стороны сельского туризма, перспективы развития.

Key words: rural tourism, agricultural tourism, attributes of rural tourism, resources of rural tourism, positive and negative sides of rural tourism, perspectives of development.

Сельский туризм – комплексная область экономики, которую следует рассматривать как: сферу разнообразных услуг; сектор внутреннего и международного туризма; вид предпринимательской деятельности в сельской местности. Развитие сельского туризма предполагает также и решение ряда экономических, экологических и социальных проблем, имеющих в принимающем регионе.

Взаимодействие сельского и других видов туризма происходит по-разному.

Сельский туризм является подвидом устойчивого туризма и видом туризма, частично пересекающегося с экотуризмом. В практике развития туристской отрасли во многих странах экотуризм и агротуризм – взаимодополняющие и взаимосвязанные понятия. Более того, в современной международной практике ряд родственных – «сходящихся» по воздействию на среду и местное сообщество и близких по мотивации – видов туризма (включая сельский, фермерский, деревенский, спортивный, кулинарный, приключенческий, экстремальный и др.) нередко объединяются в единую сферу эко-агротуризма.

При определении понятия сельский туризм многие специалисты руководствуются рядом признаков: «туризм на открытом воздухе», «потребительская деятельность на

² Статья подготовлена при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках базовой части Госзадания, код проекта 1968.

воздухе (рыбалка, охота, сбор грибов и ягод, заготовка и консервирование)», «приключенческий туризм», «отдых, досуг, спорт на природе», «гастрономия и дегустация», «ремесла и обычаи» и другие. Кроме этого, с точки зрения практиков, в определении сельского туризма должны подчеркиваться атрибуты этнографической и культурологической аттрактивности сельской территории и демонстрация народных промыслов.

Можно сделать ряд важных выводов.

Во-первых, сельский туризм – это вид туризма, при котором основной мотивацией является отдых в сельской местности, приобщение к традиционным культурам, преобладающим на природных сельских территориях.

Во-вторых, сельский туризм подразумевает обязательное размещение в сельской местности, преимущественно в фермерских, личных подсобных хозяйствах или гостиничных комплексах, сохраняющих национальную самобытность регионов, сохраняя самосознание местного населения от «всеобщего окультуривания» и глобализации гостиничного хозяйства.

В-третьих, сельский туризм обеспечивает экономические выгоды для принимающих сообществ посредством создания рабочих мест и возможностей получения дохода для местных сообществ.

В-четвертых, сельский туризм обеспечивает поддержку природоохранной деятельности и включает те аспекты туризма, которые обычно называют «устойчивым туризмом»: сведение к минимуму негативного воздействия на людей и природную среду и в то же время обеспечение экономической прибыли.

В-пятых, сельский туризм повышает осведомленность туристов и местного населения о необходимости сохранения культурных, этнографических, природных и других ресурсов в регионе.

Таким образом, под сельским туризмом будем понимать вид деятельности, связанный с организацией целенаправленных путешествий в сельскую местность, предполагающий формирование и предоставление туристам комплексного туристского продукта (проживание, питание, экскурсионное обслуживание, организация досуга), отражающего и сохраняющего природную и национальную самобытность регионов и обеспечивающего экономические выгоды для принимающих сообществ посредством создания рабочих мест и возможностей дохода для местного населения.

При наличии разнообразных видов и особенностей сельского туризма, его классическая модель предполагает, что организацией туризма в сельской местности занимаются исключительно фермеры или члены их семей, извлекающие из этого дополнительный доход, но не меняющие при этом своего производственного профиля. Главная особенность в том, что клиенту-гостю предлагают проживание в сельской местности и знакомство с жизнью и бытом фермеров. Туристы некоторое время ведут сельский образ жизни среди природы, знакомятся с ценностями народной культуры, прикладного искусства, с национальными песнями и танцами, местными обычаями, принимают участие в традиционном сельском труде, народных праздниках и фестивалях.

Сельский туризм ориентирован на ознакомление со спецификой местного сельскохозяйственного природопользования, традиционным деревенским бытом и создает экономические предпосылки для развития дружественных природе методов ведения сельского хозяйства.

Сельский туризм – явление многогранное. Его следует рассматривать также как компонент комплексного развития сельских территорий и сельской инфраструктуры, а также как один из факторов стратегии получения дополнительных доходов в сельской местности. Именно поэтому, в странах активного развития туризма, сельский туризм всячески поддерживается и поощряется государством, доступ к деятельности в этой сфере максимально упрощен, а субъекты, которые предоставляют услуги в этой сфере, получают всевозможные преференции, в том числе и налоговые.

Среди факторов, влияющих на рост популярности сельского туризма и путешественников, следует выделить: рост мобильности граждан за счет увеличения количества личного транспорта; более эффективная организация свободного времени (выходные, более частые и короткие каникулы); рост динамичности и уровня стрессов в современной городской жизни; разнообразие и рост качества услуг, предлагаемых владельцам туристических структур в сельской местности, их специализация; ориентация туристов на небольшие и комфортабельные структуры размещения, в которых господствует семейная атмосфера; активное времяпровождение вне городских зон (экскурсии, прогулки, специфические виды спорта); повышенный интерес к культурным ценностям, традициям, местным праздникам.

Развитие сельского туризма позволяет предпринимателям эффективно использовать разнообразные местные ресурсы, к которым можно отнести:

- старые постройки (дома прошлого столетия) или дачные постройки (виллы), которые обычно используются нерегулярно, но требуют определенных расходов на их содержание; включенные в туристические маршруты (в качестве структур размещения), они из пассива превращаются в актив, принося определенный доход;
- местные празднества считаются одной из больших статей расхода для местного бюджета. Но с включением их в развлекательные программы для туристов, они становятся одним из наиболее востребованных зрелищ во время пребывания туристов в данном населенном пункте. Поэтому большинство разработчиков туристских маршрутов готовы поддержать эти мероприятия из собственных фондов;
- озера и другие водные ресурсы, которые вместе с прилегающими территориями используются для рыбной ловли, отдыха, приема солнечных ванн и т.д.;
- с развитием индустриальных технологий производства стандартизированных продуктов, ремесленные промыслы становятся неконкурентоспособными. Сельский туризм способствует их возрождению для производства сувенирной продукции, элементов региональной и национальной одежды, обустройства отдельных помещений в местном стиле и т.п.

В сельском туризме используются различные виды средств размещения:

- размещение в домах селян («крыша над головой»);
- сельские гостиницы;
- кемпинги в сельских зонах;
- отдых на базе отдыха;
- комбинация этих форм.

В настоящее время целесообразно, выделить следующие формы туризма, практикуемые в сельской местности:

1. отдых: путешествия с целью отдыха и развлечений одни из наиболее востребованных в предложениях турагентств.
2. познавательный туризм: одним из наиболее важных мотивов для путешествий является желание познакомиться с ценностями того или иного региона, а именно: объектами культурного наследия; музейными коллекциями; репрезентативными экономическими объектами; живописными пейзажами; художественными коллективами; интересными личностями.
3. винодельческий и гастрономический туризм – это форма туризма, привлекающая интерес туристов к тем сельскохозяйственным регионам, которые специализируются на производстве и дегустации вин, лечении виноградными гроздьями, местной кухне. Как правило, вина ассоциируются с достоинством, изысканностью, романтизмом, эйфорией.

Сельский туризм носит больше активный, чем пассивный характер, так как туристам предлагаются занятия активного характера, а также возможность познать нечто новое:

- Этнофольклорные мероприятия – предполагают участие в творческих ателее народных умельцев, просмотр этнофольклорных концертов, участие в народных празднествах, посещение выставок, музеев и т.д.
- Участие в сборе винограда, яблок, производстве вина, посещение винодельческих предприятий с дегустацией вина.
- Изучение истории государства, географической зоны, населенного пункта: предполагает посещение исторических музеев, крепостей, мемориалов, организация лагерей для проведения археологических раскопок под руководством специалистов.
- Отдых в спокойных местах с прекрасными пейзажами.
- Организация экскурсий в пейзажные заповедники.
- Активный отдых – рыбалка и охота.
- Прогулки по лесу со сбором грибов, ягод, лекарственных трав и т.д.
- Спортивные мероприятия.

Владельцы сельских пансионатов не могут обеспечить все типы развлечений для своих туристов. Поэтому необходимо сотрудничество с другими структурами, которые обслуживают гостей села. Обычно такими партнерами становятся: структуры размещения (рестораны, бары, таверны), владельцы транспортных средств (традиционный, ретро варианты), центры народных промыслов и ремесленного производства, художественные и этнофольклорные коллективы, музеи, представительные хозяйства, администрация заповедника.

Между тем, развитие сельского туризма предполагает решение не только технико-экономических, но и социально-психологических проблем. В связи с этим важно оценить не только позитивные, но и негативные стороны сельского туризма, которые следуют из международной и российской практики.

Позитивные стороны сельского туризма:

- создание новых рабочих мест для сельского населения;
- развитие производства экологически чистых продуктов питания;
- увеличение финансовых потоков на селе, в том числе и иностранной валюты;
- приток инвестиций как в инфраструктуру и сервис на селе, так и в охрану природы;
- увеличение благосостояния сельского населения;
- создание современной социально-бытовой инфраструктуры на селе по принципу «не хуже, чем в городе», отвечающей требованиям сегодняшнего дня;
- повышение интеллектуального уровня сельских жителей на базе развития специального образования, направленного на приобретение новых сервисных профессий;
- развитие ремесел;
- повышение роли и значимости местного самоуправления;
- формирование планов развития «изнутри» с учетом интересов местных жителей;
- развитие сельского туризма меняет традиционную структуру сельскохозяйственного производства.

К негативным аспектам развития сельского туризма относятся:

- сезонный характер, вследствие чего персонал, занятый в сфере туризма, может оказаться без работы часть года;
- слабые возможности использования высококвалифицированной рабочей силы;
- возможное разрушение устоявшейся местной культурной среды.

Можно выделить следующие направления развития сельского туризма в российских регионах:

- создание туристских деревень с традиционной народной архитектурой на основе существующих сельских поселений, расположенных в живописной местности;
- активизация использования резервов сельского населения посредством организации сельских туров с проживанием и питанием в деревенских домах, усадьбах;
- создание сельских туристских комплексов на базе сельскохозяйственных производственных кооперативов;
- создание условий для ознакомления с природным потенциалом региона, активного отдыха на природе, в том числе: организация туристских походов с проживанием в палатках, приготовлением пищи на костре; организация эколого-образовательных и эколого-просветительных туров для разных возрастных и социальных групп населения, в том числе групп, специализированных по интересам (уникальные ландшафты, знакомство с флорой и фауной, редкими и исчезающими видами растений и животных и т.д.); фотоохота на представителей животного и растительного мира, находящихся в естественных условиях.

Международная практика развития сельского туризма показывает, что, успешность развития той или иной модели сельского туризма зависит от ряда факторов, в первую очередь от организации государственной поддержки. Цели, которые необходимо поставить органам управления туризмом региона – это обеспечить работой деревенских жителей, вернуть сельскую молодежь на село. При соответствующем, нормально работающем законодательстве сельский туризм может превратиться из перспективной в высокоразвитую отрасль.

Кроме того, среди факторов, способствующих развитию сельского туризма в России как стратегической отрасли региональной экономики можно отметить:

- благоприятные природно-климатические условия;
- наличие малых и средних хозяйств, способных принимать туристов;
- необходимую инфраструктуру;
- благоприятную экологическую обстановку;
- традиции русского гостеприимства;
- привлекательность этнокультурных особенностей территории.

Важная роль в развитии сельского туризма отводится муниципальным образованиям. Их заинтересованность в создании объектов инфраструктуры, новых рабочих мест, в повышении знаний в области предоставления туристских услуг у принимающего туристов населения позволит сделать привлекательными рекреационные ресурсы и развить приток желающих заняться агротуризмом.

УДК 379.843:94(045)

ФЕСТИВАЛИ ИСТОРИЧЕСКОЙ РЕКОНСТРУКЦИИ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Баталов А.К.

Удмуртский государственный университет

FESTIVALS OF HISTORICAL RECONSTRUCTION AS PROMISING COURSE OF EVENT TOURISM DEVELOPMENT

Batalov A.K.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассматриваются фестивали исторической реконструкции как одно из перспективных направлений развития событийного туризма в Приволжском Федеральном

округе. Фестивали исторической реконструкции являются основой для развития событийного туризма в том или ином регионе, способствуя экономическому развитию территории. Особый интерес вызывают военно-исторические реконструкции, которые можно рассматривать как частный вид исторической реконструкции. В настоящее время в историческом реконструировании наблюдается два наиболее популярных направления: «живая история» и турниры (бугурты). Даны определения понятиям «историческая реконструкция», «живая история», «турниры», «бугурты». Выделены наиболее популярные эпохи исторических реконструкций. Определены основные фестивали исторической реконструкции, проводимые в Приволжском Федеральном округе. На конкретных примерах рассмотрены организация и проведение фестивалей исторической реконструкции: всероссийский исторический фестиваль «Великий Булгар» (Республика Татарстан), этно-ландшафтный фестиваль «Зов Пармы» (Пермский край), всероссийский фестиваль исторической реконструкции «Большие маневры на Хохловских холмах» (Пермский край), историко-реконструкционный фестиваль «Рыцарский турнир на Вятке» (Киров), фестиваль исторической реконструкции «Русь дружинная» (Удмуртия).

Abstract: The article discusses historical reenactment festivals as one of the promising course of event tourism development in the Volga Federal district. Festivals of historical reenactments are the basis for event tourism development in a particular region, contributing to economic development of the territory. Military-historical reenactments deserve a special attention, because it can be a special form of reenactment. Currently, there are two most popular types of historical reenactments: "live history" and tournaments (buhurts). The article has definitions of following words: "historical reenactment", "live history", "tournaments" and "buhurt". The most popular period of historical reenactments are also identified. The article author writes about main festivals of historical reenactments carried out in the Volga Federal district. Information about festivals' organization and experience of holding such events is based on specific examples: national historical festival "Great Bulgaria" (Republic of Tatarstan), ethno-landscape festival "Call of Parma" (Perm region), Russian festival of historical reconstruction "Big maneuvers on Khokhlovsky hills" (Perm region), historical reenactment festival "Knight's tournament in Vyatka" (Kirov), festival of historical reenactment "Russian army" (Udmurt Republic).

Ключевые слова: историческая реконструкция, фестиваль, событийный туризм.

Key words: historical reenactment, festival, event tourism.

В настоящее время в рамках существующего туристского пространства все отчетливее формируется его особый сегмент – событийное пространство, предлагающее новый туристский продукт, основанный на событийном календаре территорий, объединяющий выставки, фестивали, форумы, слеты, праздники и другие события [1].

Подобные события не только обогащают событийный календарь территории, но и формируют культурную и историческую составляющую ее имиджа. Известные исторические события: великие сражения, спортивные турниры, памятные даты, связанные с регионом, повышают его символическую ценность и способствуют формированию яркого имиджа [2].

В последние два десятилетия большинство стран охватило движение исторической реконструкции. По данным, представленным на англоязычном сайте, посвященном реконструкциям, в мире существует более 250 групп исторической реконструкции.

Сегодня эти мероприятия зачастую становятся основой для развития событийного туризма в том или ином регионе, привлекая к себе внимание тысяч людей во всем мире, и в свою очередь, способствуя экономическому развитию регионов.

Историческая реконструкция (англ. «reenactment») – образовательная или развлекательная деятельность, в которой люди воссоздают в соответствии с планом отдельные аспекты исторического события или периода [3]. Также историческую реконструкцию определяют, как воссоздание материальной и духовной культуры той или иной исторической эпохи и региона с использованием археологических, изобразительных и письменных источников. С другой стороны, историческая реконструкция – движение, которое ставит перед собой научные цели и использующее метод ролевой игры и

научного эксперимента для решения определенных проблем и более глубокого изучения исследуемого вопроса [4].

Историческую реконструкцию рассматривают как особый вид досуга и хобби. Термин «историческая реконструкция» может употребляться в следующих значениях: во-первых, как теоретическое или практическое восстановление внешнего вида и конструкции объекта, которое основано на его сохранившихся фрагментах, остатках и имеющейся исторической информации об этом объекте с помощью современных методов исторической науки (в т. ч. археологического эксперимента). Исторические реконструкции процессов, событий и технологий определяются аналогично. Во-вторых, как собственно деятельность, которая направлена на восстановление различных аспектов исторических событий, объектов и т. д.

Особый интерес вызывают военно-исторические реконструкции, которые можно рассматривать как частный вид исторической реконструкции. В настоящее время в историческом реконструировании наблюдается два наиболее популярных направления: «живая история» и турниры (бугурты).

Живая история («living history») – научная дисциплина, находящаяся на пересечении таких дисциплин, как «экспериментальная археология» и «музейная педагогика». Это воссоздание повседневного быта жителей какого-либо места в определенный исторический период, обычно в форме организации «музея живой истории» и/или проведения «фестиваля живой истории», а также уроков «живой истории» в школах. Данное направление очень популярно и развито в Западной Европе, там существуют десятки «музеев под открытым небом», где в обстановке былых времен живут и трудятся люди. Кроме самих сражений, ради которых все и затевается, клубы воссоздают также повседневную жизнь солдат в гарнизонах и полевых лагерях.

Турниры – сутью этого направления является изучение и применение на практике военного искусства определенной эпохи. Турниры разделяются на постановочные (для зрителей или же просто эстетики) и спортивные, на которых участники объективно оценивают свои силы и умения.

И еще одно направление, рассматриваемое как турниры, – бугурты – бои между двумя группами участников реконструкции или ролевой игры, проводимой в рамках боевой (спортивной) составляющей таких мероприятий.

Для осуществления реконструкции битвы пишется сценарий сражения, напоминающего реальный бой. Они часто ведутся на оригинальных полях или местах, очень похожих на оригинал. Подобные демонстрации варьируются в размерах по количеству участников – от нескольких сотен до нескольких тысяч, в зависимости от размера арены или местности, где это происходит.

Выделяют наиболее популярные эпохи исторических реконструкций: Античность; Раннее Средневековье (VII-XI вв.); Высокое Средневековье (XII-XIII вв.); Позднее Средневековье (XIV-XV в.); Новое время (XVI-XVII вв.); Наполеоновские войны; Первая мировая война; Вторая мировая война; Холодная война (военные конфликты 1946-1991 гг.).

На 2016 год в России объявлено 60 фестивалей исторической реконструкции.

Крупнейшее мероприятие по исторической реконструкции в Поволжье всероссийский исторический фестиваль «Великий Булгар» проводится в Республике Татарстан (г. Болгар) [5]. Фестиваль проводится ежегодно в первой половине августа на территории Болгарского государственного историко-архитектурного музея-заповедника, внесенного в список Всемирного наследия ЮНЕСКО с участием российских и международных клубов исторической реконструкции из регионов Приволжского, Центрального, Уральского и Сибирского федеральных округов. В течение трех фестивальных дней гости принимают участие в мастер-классах, где обучаются национальным ремеслам и промыслам, средневековым танцам, которые были популярны в XIV-XV вв. Для гостей фестиваля организуется ярмарка народно-художественных

промыслов, детская площадка, площадка боевых машин, лучно-арбалетный тир. Наибольший интерес у гостей фестиваля вызывает конный турнир, в рамках которого проходят бои средневековых рыцарей.

Традиционный этно-ландшафтный фестиваль «Зов Пармы», посвященный истории и культурному наследию древней земли Пармы, проходит на поляне у села Камгорт в Пермском крае [6]. Каждый желающий может прикоснуться к легендам удивительной земли. Три фестивальных дня – это многожанровый нон-стоп мероприятий и перфомансов разного масштаба и формата: этномузыка, театр, фольклорные и хороводные игры, историческая реконструкция, музейные инсталляции, интерактивные площадки, старинные танцы, народные промыслы, ремесленные мастер-классы. Фестиваль дарит всем гостям возможность познать народную мудрость: как приготовить кашу из топора, правильно заварить лечебные травы, мастерски научиться изготавливать обереги и лепить из глины, в чем секрет игры на музыкальных инструментах и какие тайны хранят обрядовые песни и танцы.

Всероссийский фестиваль исторической реконструкции «Большие маневры на Хохловских холмах» также проходит в Пермском крае в архитектурно-этнографическом музее «Хохловка» [7]. Фестиваль является единственным на сегодняшний день военно-историческим фестивалем в Пермском крае. Фестиваль предоставляет возможность личного непосредственного участия в мероприятиях, связанных с военной историей. Тема каждого фестиваля посвящена какому-либо событию из истории края, по которой готовятся тематические выставки, исторические реконструкции, создаются вспомогательные объекты.

Ежегодно в Кирове на территории СТК «Порошино» проводится историко-реконструкционный фестиваль «Рыцарский турнир на Вятке» [8]. Основная концепция фестиваля – это воссоздание различных средневековых сражений и быта. Зрители в течение двух дней (первые выходные сентября) могут наблюдать как рыцари и русские витязи сражаются в поединках один на один на различном оружии, а также захватывающие командные бои и кульминация фестиваля – штурм настоящей крепости. Конный клуб устраивает зрелищные соревнования конных рыцарей с пиками. В рамках фестиваля проходят и другие увлекательные соревнования. Клубы исторической реконструкции из Кирова и других городов соревнуются в приготовлении блюд по средневековым рецептам, турнире по стрельбе из традиционного лука и в конкурсе на лучший средневековый костюм. Помимо различных соревнований реконструкторов, зрители могут сами попробовать себя в разных древних ремеслах, как в военных: стрельба из лука, метание копий и ножей, так и в мирных: валяние из шерсти, гончарное искусство, набойка рисунка на ткань, кузнечное ремесло, а также познакомиться со средневековыми настольными играми. В течении фестиваля работает ярмарка с оригинальными товарами ручной работы и народными промыслами, на сцене выступают разнообразные музыкальные коллективы. В завершении фестиваля зажигается большой костер.

В Удмуртской Республике в деревне Кудрино Воткинского района проходит фестиваль исторической реконструкции «Русь дружинная». Военно-исторические клубы стали инициаторами проведения фестивалей исторических реконструкций в Удмуртии. Представители военно-исторических клубов воссоздают батальные сцены и быт эпохи Средневековья. Участники исторического мероприятия демонстрируют жизнь и быт XIV века в обстановке военно-исторического клуба «Варяжская дружина», комплекса, выполненного в древнерусской тематике, расположенного в 20 км от города Ижевска.

В рамках фестиваля проходят шоу барабанщиков, шоу лучников, одиночные бои в различных номинациях, показательные выступления на лошадях, постановки между витязями военно-исторических клубов с участием посетителей, турнирные бои пятерок между витязями военно-исторических клубов, массовые поединки (бугурты), штурм крепости, исторический показ мод, медовый пир, выступление творческих коллективов, средневековая дискотека. В течение всего мероприятия для гостей работают ярмарочная

площадь с тематическими товарами и гастрономическими яствами XIV века, интерактивные мастерские по ковке металла, плетению кольчуги, стрельбе из лука, ткачеству поясов, каллиграфии, бусоделанию, старинным настольным играм, средневековым командным играм, историческим танцам, боям на тямбарах (специальные мягкие тренировочные мечи), резьбе по бересте, валянию из шерсти, и др.

Организаторы фестивалей исторических реконструкций намерены сделать эти мероприятия ежегодными, и с каждым годом расширять географию участников. Фестивали исторических реконструкций могут стать перспективным направлением развития событийного туризма в регионах, способствуя тем самым активизации внутреннего и въездного туризма. Событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию. Ряд экспертов полагает, что в недалеком будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров.

Список использованных источников

1. Новиков В.С. Инновации в туризме. – М., 2010. – 208 с.
2. Розанова Т.П., Муртузалиева Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма. – М., 2012. – 132 с.
3. Фетисов Г.Г., Орешин В.П. Региональная экономика и управление. – М., 2012. – 416 с.
4. Червиченко Т.В. Экономика туризма. – М., 2012. – 206 с.
5. <http://www.bulgarfest.ru> – официальный сайт фестиваля «Великий Болгар».
6. <http://.cherdynarea.permarea.ru> – официальный сайт Чердынского муниципального района
7. <http://museum.perm.ru> – официальный сайт пермского краеведческого музея – музей «Хохловка».
8. <http://www.порошино.рф>. – официальный сайт «Рыцарский турнир на Вятке».
9. <http://stezyapravi.ucoz.ru> – официальный сайт военно-исторического клуба «Стезя Правы».

УДК 338.48:39(=511.131)(045)

РАЗВИТИЕ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМА В УДМУРТИИ (НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ФЕСТИВАЛЯ ФИННО-УГОРСКИХ НАРОДОВ ПОВОЛЖЬЯ И УРАЛА «ВОРШУД»)

Борисова О.Ю.

Удмуртский государственный университет

FESTIVAL TOURISM DEVELOPMENT IN THE UDMURT REPUBLIC (BY EXAMPLE OF REGIONAL FESTIVAL OF FINNO-UGRIC PEOPLE OF THE VOLGA REGION AND THE URAL REGION "VORSHUD")

Borisova O.Y.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассматривается развитие фестивального туризма в Удмуртской Республике на примере регионального фестиваля финно-угорских народов Поволжья и Урала «Воршуд». Идея возникновения фестиваля «Воршуд» связана с проблемой сохранения исчезающих элементов уникальной удмуртской культуры. «Воршуд» в переводе с удмуртского означает «святыня рода». Дается характеристика фестивального туризма как современного направления туристской деятельности. Выделены цель и задачи фестиваля финно-угорских

народов. Основная цель фестиваля – актуализация традиционного народного искусства в культурном наследии Удмуртии и финно-угорского мира для дальнейшей его популяризации и развития. Описывается фестивальная летопись «Воршуда», начиная с 2002 года, дается краткая характеристика каждому фестивалю, проводимому раз в два года. Выявлено, что региональный фестиваль финно-угорских народов способствует продвижению и развитию фестивального туризма в регионе, формируя туристический интерес к Удмуртской Республике, прежде всего со стороны финно-угорских республик, а также мест компактного проживания удмуртов в различных регионах России. Фестиваль активизирует развитие внутреннего и въездного туризма в регионе.

Abstract: The article discusses the festival tourism development in the Udmurt Republic based on the example of regional festival of Finno-Ugric people of the Volga region and the Ural region "Vorshud". The idea of "Vorshud" festival is connected with the problem of preserving the endangered elements of unique Udmurt culture. "Vorshud" literally means "Family sanctuary" in Udmurt language. The article describes festival tourism as a modern direction of tourist activity. Festival goals and objectives are identified. The main goal of the festival is to promote traditional folk art in terms of cultural heritage of the Udmurt Republic and other Finno-Ugric world to further its promotion and development. "Vorshud" festival chronology, since 2002, is described. A brief description of each festival, held every two years, is also provided. The regional festival of Finno-Ugric people contributes to the promotion and development of festival tourism in the region, forming tourist interest about the Udmurt Republic, especially the interest from the Finno-Ugric republics. Moreover, the festival is promoting places of compact residence of the Udmurts in various regions of Russia. The festival stimulates the development of domestic and inbound tourism in the region.

Ключевые слова: фестивальный туризм, региональный фестиваль, Удмуртия.

Key words: festival tourism, regional festival, Udmurt Republic.

В настоящее время наблюдается рост интереса к новым видам туризма, в том числе, и к фестивальному туризму. Фестивальный туризм появился сравнительно недавно и занял значительное место в мировом рекреационном движении [1]. Фестивали проводятся практически во всех странах мира, они различны по своему содержанию и значению.

Фестиваль (фр. festival, от лат. festivus – «праздничный») – массовое празднество, показ (смотр) достижений музыкального, театрального, эстрадного, циркового или киноискусства. Однако фестиваль – это праздник особого вида, который отличается особым размахом, динамизмом и массовостью. Сегодня фестиваль – это широкая общественная, праздничная встреча, сопровождаемая смотром достижений каких-либо видов искусств [2]. Инициаторами проведения и организаторами фестивалей могут являться: государственные структуры, бизнес-структуры, религиозные структуры, благотворительные фонды, политические партии, общественные движения, общественные организации, частные лица. Проведение фестивалей может преследовать различные цели: политические, экономические, социальные, образовательные.

При этом в конечном итоге фестивальные мероприятия популяризируют страну, регион, город, конкретное место (дестинацию), привлекая значительные туристские потоки.

В Удмуртии проводится региональный фестиваль финно-угорских народов Поволжья и Урала «Воршуд». Идея возникновения фестиваля «Воршуд» связана с проблемой сохранения исчезающих элементов уникальной удмуртской культуры. «Воршуд» берет начало с 2002 года. Организаторами фестиваля являются Республиканский дом народного творчества – Дом молодежи и Государственный Российский Дом народного творчества. Мероприятие проходит при поддержке Министерства культуры Российской Федерации и Министерства культуры и туризма Удмуртской Республики.

Основная цель фестиваля – актуализация традиционного народного искусства в культурном наследии Удмуртии и финно-угорского мира для дальнейшей его популяризации и развития [3]. Фестиваль «Воршуд» стремится объединить всех, кто заинтересован в сохранении традиций подлинной финно-угорской культуры, возрождении исчезающих удмуртских обрядов и родовых воршудных напевов. Фестиваль преследует важнейшую задачу – передать веками сложившиеся народные традиции, в том числе и семейные, подрастающему поколению. Каждый фестиваль посвящен тем или иным видам традиционной культуры. За эти годы были инструментальный, песенный и танцевальный «Воршуды», фестиваль также был посвящен обрядом весенне-летнего календарного цикла, традиционной одежде, семейно-родовым обрядам финно-угорских народов.

В фестивале принимают участие фольклорные коллективы из финно-угорских республик, а также мест компактного проживания удмуртов в различных регионах России. Гостями фестиваля являются фольклорные коллективы из Финляндии, Эстонии. В рамках фестиваля проходят научно-практические конференции о проблемах функционирования традиций финно-угорских народов [4].

«Воршуд» в переводе с удмуртского означает «святыня рода». Когда-то для каждой удмуртской семьи воршуд был святыней, семейным и родовым оберегом. Таким оберегом для постепенно исчезающих древних аутентичных образцов финно-угорской культуры стал фестиваль с одноименным названием.

Фестивальная летопись «Воршуда» началась в 2002 году, когда в конкурсе проектов Министерства культуры РФ был выигран грант на проведение I Регионального фестиваля финно-угорских народов Поволжья и Приуралья «Воршуд» («Святыня рода»). С тех пор фестиваль «Воршуд», проводимый раз в два года, объединяет тех, кто стремится сохранить культуру своих предков, особенности древних обычаев, ритуалов, языка, музыкального и хореографического фольклорного наследия. В 2016 году он проходил уже в седьмой раз.

Первый фестиваль был посвящен возрождению исчезающих удмуртских обрядов и родовых воршудных напевов. Он проходил в Ижевске и Шарканском районе. Фестиваль позволил выявить картину бытования древнейших пластов музыкально-песенного фольклора. В фестивале приняли участие 20 фольклорно-этнографических коллективов и отдельных исполнителей из районов и городов Удмуртии, республик Марий Эл, Башкортостан, Коми, Кировской области и Пермского края, а также гости из Финляндии. Фестиваль оказался мощным средством единения участников и зрителей, побывавших в атмосфере самобытной финно-угорской этнической культуры. Первый «Воршуд» дал толчок для создания проекта республиканской программы «Сохранение и развитие традиционной культуры Удмуртии», направленной на возрождение и сохранение уникального культурно-исторического потенциала районов республики.

II Региональный фестиваль «Воршуд» проходил в июне 2004 года в г. Ижевске, в Вавожском и Увинском районах Удмуртии. Он был посвящен возрождению традиционных финно-угорских инструментов и традиционной финно-угорской музыки. Его участниками стали 18 коллективов из регионов Урала и Поволжья. В работе фестиваля приняли участие фольклорные ансамбли и отдельные исполнители из Удмуртии, Марий Эл, Татарстана, Башкортостана, Чувашии, Республики Коми, Кировской, Пензенской, Пермской областей, а также гости из Венгрии и Финляндии. В рамках фестиваля была проведена научно-практическая конференция «Музыкальный инструментальный народы Поволжья и Урала: традиции и современность», где были рассмотрены вопросы сохранения и развития традиции игры на возрожденных музыкальных инструментах, разработки и внедрения программ обучения в музыкальных образовательных учреждениях разного уровня. II фестиваль «Воршуд» высветил и прояснил многие проблемы, связанные с изготовлением и использованием традиционных музыкальных инструментов народов Поволжья и Приуралья.

Главной задачей III «Воршуда» стала актуализация традиционного танцевального искусства в культурном наследии Удмуртии и финно-угорского мира. Он объединил талантливых непрофессионалов из сел, деревень и городов Удмуртии, Эстонии, Финляндии, Татарстана, Чувашии, Марий Эл, а также ученых из Москвы, Архангельска, Липецка, Казани, Набережных Челнов. В рамках фестиваля успешно прошла научно-практическая конференция «Танцевальная культура народов Поволжья и Урала: традиции и современность», в которой приняло участие 17 исследователей фольклора и традиционного танца, высветила проблемы национальной хореографии, представляющие особую ценность для исследователей традиционной культуры.

IV Межрегиональный фестиваль «Воршуд» представил обрядовые песни и танцы весенне-летнего календарного цикла финно-угорских народов. Он проходил в Год молодёжи, поэтому творческие коллективы, и взрослые, и молодёжные, представили в своих программах обряды, связанные с семейными традициями. Для молодых учёных – фольклористов, руководителей фольклорных коллективов и студентов кафедры удмуртской филологии УдГУ была проведена творческая лаборатория «Традиционная культура в изменяющемся мире». В фестивале приняли участие фольклорно-этнографические коллективы из Удмуртии, Республики Коми, Марий Эл, Чувашии, Башкортостана, Татарстана, Ненецкого автономного округа, Пермского края, а также молодые ученые-фольклористы из России (Москва, Курган, Архангельск), Венгрии. Гости фестиваля стали участниками Республиканского традиционного национального праздника удмуртов «Гербер».

Всем жанрам музыкального обрядового и необрядового фольклора был посвящен пятый «Воршуд». Свое творчество показали лучшие фольклорные коллективы Удмуртии и гости из регионов – республик Татарстан, Оренбургской области, Республики Коми, Пермского края.

Темой шестого «Воршуда» стал народный традиционный и стилизованный костюм – как символ народного праздника. В фестивале приняли участие художники по костюмам, дизайнеры одежды, театры моды из Удмуртии, Республики Коми, Татарстана и Башкортостана. Участники представили это традиционные костюмные комплексы удмуртов и финно-угорских народов, стилизованные народные костюмы, повседневную одежду в стиле «этно», украшения и пр. В рамках фестиваля для всех зрителей и участников состоялись мастер-классы по постановке дефиле, игре на традиционном музыкальном инструменте, фотографии, изготовлению национальных украшений, созданию сценической прически и макияжа, созданию элементов национального костюма.

VII Межрегиональный фестиваль финно-угорских народов «Воршуд» проходивший в Удмуртии с 3 по 5 июня 2016 года ставил своей целью сохранение и популяризацию семейных традиций финно-угорских народов. Фестиваль собрал более 40 коллективов из Удмуртии, Пермского края, Кировской области, Республик Татарстан и Коми и всех, кому интересна самобытная духовная культура удмуртов и родственных финно-угорских народов.

В течение трех фестивальных дней прошло порядка 10 крупных событий в Ижевске, Игринском, Малопургинском и Шарканском районах.

Центром основных мероприятий стал Парк культуры и отдыха им. С.М. Кирова. 3 июня там прошло торжественное открытие фестиваля. На сцене выступили фольклорные коллективы – участники фестиваля. Украсили концерт ведущие фольклорные коллективы республики: Государственный ансамбль фольклорной песни и танца «Айкай», студия народного танца «Чебеляй» и др.

4 июня в Парке им. Кирова прошел фольклорный праздник «Шулдыр сюан» (Веселая свадьба). Все зрители и гости праздника стали участниками традиционной удмуртской свадьбы. Предсвадебные и послесвадебные обряды, старинные песни и игры возвратили зрителей и гостей фестиваля к традиционной удмуртской свадьбе. Во время праздника любой желающий смог не только посмотреть, но и сам поучаствовать в

свадебных обрядах: шитье полога, одевании невесты, гостевании, а также почувствовать себя женихом или невестой. В рамках праздничного гуляния прошла необычная акция во время которой сплели «Пояс любви» – главный символ фестиваля «Воршуд».

После фольклорного праздника участники фестиваля разъехались по районам республики. Творческие встречи-концерты прошли в Малопургинском и Игринском районах. В этот же день в Усадьбе Тол Бабая в Шарканском районе для детских коллективов состоялся фольклорный праздник «Гуждор».

5 июня в Республиканском доме народного творчества – Доме молодежи прошло награждение участников и закрытие фестиваля. Также для всех желающих был организован мастер-класс от Удмуртского государственного театра песни и танца «Айкай», профессионально представляющего на сцене образцы песенно-танцевальной, инструментальной культуры, национальных костюмов удмуртов.

Подводя итог, отметим, что региональный фестиваль финно-угорских народов Поволжья и Урала «Воршуд» (Святыня рода), проводимый в Удмуртской Республике с 2002 года способствует продвижению и развитию фестивального туризма в регионе, формируя туристический интерес к Республике, и тем самым способствуя развитию внутреннего и въездного туризма.

Список использованных источников

1. Воронина А. Б. Фестивальный туризм, как значимая составляющая событийного туризма // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Серия: География. – 2011. – Т.24 (63), №1. – С.161-172.
2. География туризма \ под ред. А.Ю. Александровой. – М: Кнорус, 2015. – 592 с.
3. www.finnougoria.ru – официальный сайт финно-угорского культурного центра РФ.
4. www.minkultura.udmurt.ru – официальный сайт Министерства культуры и туризма УР.

**РАЗВИТИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УДМУРТИИ³
(НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО КУЛИНАРНОГО ФЕСТИВАЛЯ
«ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ ПЕЛЬМЕНЯ»)**

Килина С.В.

Удмуртский государственный университет

Баталова Л.В.

Удмуртский государственный университет

**GASTRONOMIC TOURISM DEVELOPMENT IN THE UDMURT REPUBLIC
(BY THE EXAMPLE OF INTERNATIONAL CULINARY FESTIVAL
"DUMPLING INTERNATIONAL DAY")**

Kilina S. V.

Udmurt State University

Batalova L. V.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассматривается развитие гастрономического туризма в Удмуртской Республике на примере международного кулинарного фестиваля «Всемирный день пельменя». Гастрономический туризм является новым направлением в развитии внутреннего и въездного туризма Удмуртии. Показано, что этот вид туризма может являться одним из возможных направлений сохранения и развития экономики традиционного хозяйства, культурного наследия и фактором устойчивого развития территории. Выявлены необходимость возрождения регионального продуктового бренда и обоснования, по которым Удмуртия вправе считаться родиной пельменя. Описываются программы первого и второго международного кулинарного фестиваля «Всемирного дня пельменя». Фестиваль собирает всю гастрономическую карту региона. Выделена одна из главных особенностей фестиваля – его яркая этническая составляющая. Проведение Фестиваля способствовало разработке нового туристического маршрута «Великий пельменный путь» по пельменным достопримечательностям Удмуртии. Установлена необходимость сделать международный кулинарный фестиваль «Всемирный день пельменя» регулярным событием федерального масштаба в сфере гастрономического туризма, закрепив бренд столицы и родины пельменей за Удмуртией.

Abstract: The article discusses gastronomic tourism development in the Udmurt Republic, based on the example of international culinary festival "dumpling international day". Gastronomic tourism is a new direction in domestic and inbound tourism development of the Udmurt Republic. This kind of tourism can be one of the possible ways of preservation and development of the economy, traditional and cultural heritage, as well as sustainable region development. The article discusses the necessity of regional food brand development and issues why the Udmurt Republic can be considered as dumplings the origin territory. Event list of first and second international culinary festival "dumpling international day" is described. The festival brings together the entire region gastronomic map. Colorful ethnic element – the main features of the festival is also described. The Festival has contributed to the development of a new tourist route "the Great dumpling way". The articles point out on the necessity to make the international food festival "dumpling international day" regular event of the Federal scale in the field of gastronomic tourism, securing the brand of the Udmurt Republic as the capital and the native land of dumplings.

Ключевые слова: гастрономический туризм, кулинарный фестиваль, Удмуртия.

Key words: gastronomic tourism, festival, Udmurt Republic.

³ Статья подготовлена при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках базовой части Госзадания, код проекта 1968.

Гастрономический туризм является новым направлением в развитии мирового туризма, которое может являться одним из возможных направлений сохранения и развития экономики традиционного хозяйства, культурного наследия и фактором устойчивого развития территорий [1].

Развитие гастрономического туризма может быть перспективным направлением для тех регионов России, которые не обладают значительными туристскими ресурсами, но, при этом, на этих территориях могут быть уникальные этнические особенности, в основе которых может быть знакомство с блюдами национальной кухни. В этом случае турист будет рассматривать местную кухню как способ лучше познакомиться с обычаями, традициями и культурой этого народа. Таким образом, гастрономический туризм может стать основой для развития туризма во многих национальных регионах России, в том числе и в Удмуртской Республике.

Удмуртия не обладает культурно-историческими памятниками мирового и российского значения или теплым морем, что способствовало бы активному развитию внутреннего и въездного туризма в республику. Но Удмуртия может занять свою нишу на рынке событийного туризма, в частности гастрономического.

Удмуртии необходимо самой создавать события, которые являлись бы продолжением ее истории, культуры и традиций. И такие праздники в республике уже проводятся. В частности, вот уже два года подряд проходит международный кулинарный фестиваль «Всемирный день пельменя». Это событие необходимо сделать известным на весь мир и тем самым открыть поток любителей гастрономического туризма в Удмуртию.

Согласно легенде фестиваля, именно здесь – на древней удмуртской земле – родился рецепт блюда, которому суждено было стать жемчужиной всей русской кухни. «Хлебное ушко», а по-удмуртски «пельнянь», стало прообразом русского пельменя, известного во всем мире. Пельмени – это старинное удмуртское блюдо из пресного теста. Готовили их и к праздничному столу, и в будни. Начинка могла быть разнообразной: из различных видов мяса, грибов, капусты, рыбы, яиц и других продуктов. Именно из Удмуртии, пельмень по Сибирскому тракту начал свой великий путь во все уголки страны, став главным героем русского застолья.

Для жителей Удмуртской Республики пельмени – это не просто вкусное и сытное блюдо, а национальное достояние. А их приготовление – церемония, каждый элемент которой имеет философское значение. И даже в век высоких технологий и массового производства традиция пельменолепия остается символом изначального единения с природой. Бережно относясь к древней рецептуре, удмурты развивали ее, привнося новые ингредиенты и способы приготовления. В каждом районе республики существует собственная традиция и рецепт. Сегодня Удмуртия – это регион, в котором производство пельменей обладает необычайным разнообразием и высоким стандартом качества, который установлен столетиями.

Первый международный кулинарный фестиваль «Всемирный день пельменя» прошел 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. Согласно официальной статистики, праздник посетило 5 тысяч горожан, съедено 1,5 тонны пельменей [2].

Во время массовых гуляний на площади работали анимационные зоны в ярмарочном стиле, проводились целые пельменные обряды: танцевальные мастер-классы, национальные игры, удмуртский «стронгмэн». Завершился фестиваль массовыми

гуляньями, ярмарками, фолк-концертом и награждением победителей пельменного поединка.

Также в рамках международного кулинарного фестиваля «Всемирного дня пельменей» прошел всероссийский кулинарный фестиваль «От Китая до Пельняня». Фестиваль предоставил уникальную возможность собрать в Игринском районе всю кухню пельменей (манты, чебуреки, равиоли, 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 [3].

Следует отметить, что международный кулинарный фестиваль «Всемирный день пельменя» в 2015 году занял второе место в номинации «Лучшее событие в области гастрономического туризма» национальной премии «Russian Event Awards» [4]. Национальная премия в области событийного туризма «Russian Event Awards» учреждена как отраслевая награда, присуждаемая по итогам открытого конкурса проектов за достижения в области развития отечественного событийного туризма.

Второй международный кулинарный фестиваль «Всемирный день пельменя» прошел в г. Ижевске с 8 по 13 февраля 2016 года и показал, что Удмуртия имеет полное право называться Родиной пельменя. На Фестивале был представлен 21 производитель пельменей из Удмуртии и регионов России.

Фестиваль собрал всю гастрономическую карту региона, представив на мероприятии лучшие традиции и вкусы пельменных блюд. Впервые на фестивале прошли «Первые пельменные игры» – спортивно-интерактивная программа. Как и на спортивных олимпиадах участников ждала торжественная Эстафета пельменного огня, парад семейных команд, поднятие флага Игр со стилизованными «Олимпийскими кольцами». Огонь Первых пельменных игр зажгли Джон Уоррен, ведущий передачи «Поедем, поедим» (телеканал НТВ), и министр национальной политики Удмуртской Республики Л.Н. Буранова. В отборочных турах команды сражались в пельменном бейсболе, накрывали праздничный стол, осваивали кухонный фрисби и знакомились с национальной удмуртской игрой – Тупен Шудон. Вышедших в полуфинал ожидал пельменный хоккей и пельменьтон – удмуртский вариант бадминтона. Финальным этапом состязаний была эстафета «Ижевская шумовка».

Для детей работала интерактивно-развлекательная площадка «Шудон корка», для их родителей – дизайн-маркет «Современные этномир», где можно было познакомиться с творениями лучших дизайнеров одежды, мастеров авторского хед-мейда, художников и иллюстраторов.

Гости фестиваля приняли участие в мастер-классах по лепке пельменей. Также была учреждена премия «Золотой Пельнянь» в трёх номинациях: лучшее гастрономическое качество в сфере общественного питания (кафе, рестораны); лучшее гастрономическое качество в сфере производства продуктов питания (пельменные полуфабрикаты и ингредиенты к ним); лучшее гастрономическое качество в области «национальный гастрономический бренд» (национальные блюда районов Удмуртии).

Одной из главных особенностей Фестиваля являлась яркая этническая составляющая. Это был настоящий «съезд пельменей». Кроме удмуртских пельменей на фестивале были представлены самые вкусные пельмени народов мира – немецкие маульташен, китайские цзяоцзы, марийские подкогыльо, украинские вареники, узбекское блюдо чучвара, татарские манты, армянские бораки и хинкали. Все эти блюда можно было приобрести и попробовать в 13-ти кафе, которые угощали гостей на протяжении всех фестивальных дней.

Фестиваль стал большой съёмочной площадкой для десятков фото и видео репортеров, и в том числе гастрономического шоу телеканала НТВ «Поедем, поедим», для съёмки которого Джон Уоррен играл в пельменный креглинг, получил удмуртское имя, и

стал почетным пельменным факелоносцем. 27 февраля 2016 года на телеканале «НТВ» вышла передача, посвящённая этому кулинарному празднику.

Второй международный кулинарный фестиваль «Всемирный день пельменя» был более масштабным и интересным с точки зрения событийности. В мероприятиях фестиваля участвовало уже около 32 тысяч человек. Более 5 тонн пельменей приобрели и съели участники праздника [2].

Фестиваль важен для активизации внутреннего туризма, поскольку он вызывает интерес не только в Удмуртии, но и далеко за ее пределами. Так, например, появились уже специализированные туры на Фестиваль, формировались туристические группы из Тольятти, Казани и других городов. Это свидетельствует о том, что идея «Всемирного Дня Пельменя» привлекательна. Рестораны Ижевска разрабатывали национальное пельменное меню, а гостиницы и отели города предлагали специальные условия размещения для гостей Фестиваля.

Проведение Фестиваля способствовало разработке нового туристического маршрута «Великий пельменный путь» по пельменным достопримечательностям Удмуртии, включая Кез, Дебесы, Игру, Годешур, Якшур-Бодью и Ижевск.

Следует также отметить, что в г. Ижевске установлен памятник пельменю возле одного из популярных кафе города. Необычная скульптура – вилка с насаженным на нее пельменем – появилась в Ижевске на улице Краева в октябре 2004 года по итогам конкурса фестиваля «Современная городская скульптура», который проводила группа «Археоптерикс» совместно с галереей «Творческая дача» Приволжского федерального округа «Культурная столица Поволжья-2004». Пельмень в диаметре достигает одного метра, а высота всей конструкции, вместе с громадной вилок составляет три метра. Устанавливая памятник Пельменю в Ижевске, организаторы проекта тем самым отметили географическую точку на карте мира, где впервые приготовили пельмени.

Возрождая региональные продуктовые бренды, необходимо сделать международный кулинарный фестиваль «Всемирный день пельменя» регулярным событием федерального масштаба в сфере гастрономического туризма, закрепив бренд столицы и родины пельменей за Удмуртией. Это даст дополнительный импульс для развития гастрономического туризма внутри страны и будет работать на привлечение туристов, способствуя активизации внутреннего и въездного туризма.

Список использованных источников

1. Организация туристической индустрии: учебное пособие\ Ю.А.Матюхина. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011.
2. www.pelmenfest.ru – официальный сайт фестиваля «Всемирный день пельменя».
3. www.igra-museum.ru – официальный сайт Игринского районного краеведческого музея.
4. www.rea-awards.ru – официальный сайт Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards».

**РАЗВИТИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА
НА ПРИМЕРЕ ЧАЙНЫХ ТУРОВ В КИТАЙ**

Кутявина С.А.

Удмуртский государственный университет

**DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM, BASED ON THE EXAMPLE
OF TEA TOURS IN CHINA**

Kutyavina S.A.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассматривается развитие гастрономического туризма на примере чайных туров в Китай. Дано определение и обозначена цель гастрономического туризма. Чайный туризм предлагают Индия, Шри-Ланка, Япония и Китай. Китай является родиной чая и прародителем всех чайных церемоний в мире. Во время чайных туров туристы прослеживают весь «жизненный цикл» чая с момента его посадки и выращивания, до обработки, изготовления, продажи, перепродажи и потребления. Программа чайных туров включает в себя посещение чайных плантаций в горах и долинах, знакомство с фермерами и посещение маленьких традиционных китайских деревень, визит на чайные мануфактуры, участие в сборе и производстве чайного напитка. Туристы учатся различать напиток, которого более тысячи сортов, по вкусу, аромату, цвету. Тур включает в себя не только знакомство с местными чайными традициями, но и изучение основ чайной церемонии. Описаны туры двух основных направлений чайного туризма в Китае: районы Фуцзянь и Юньнань, считающиеся настоящими «жемчужинами» чайного производства.

Abstract: The article discusses the development of gastronomic tourism, based on the example of tea tours in China. Gastronomic tourism definition and its purpose are both identified. There are tea tourism offers in India, Sri Lanka, Japan and China. China is the birthplace of tea, and the ancestor of all tea ceremonies in the world. During tea tours tourists trace the entire "life cycle" of tea since its planting and cultivation, to processing, manufacturing, sale, resale and consumption. Tea tour program includes visits to tea plantations in a mountains and valleys, meeting with farmers, visit small traditional Chinese villages, as well as visit to tea factories, participation in gathering and making a tea. Tourists will learn to distinguish different kinds of tea between more than a thousand varieties, tastes, flavors and colors. The tour includes not only local tea traditions, but also the basics of tea ceremonies. The article describes tours of the two main areas of tea tourism in China: Fujian and Yunnan areas, which are considered the real "pearls" of tea production.

Ключевые слова: гастрономический туризм, чайный тур.

Key words: gastronomic tourism, tea tour.

Гастрономический туризм – новое направление развития туристической индустрии. Цель гастрономических туров – познакомиться с особенностями кухни той или иной страны [1]. При этом данная цель не сводится к тому, чтобы попробовать какое-то редкое, экзотическое блюдо или перепробовать бесчисленное количество продуктов. Важно узнать особенности местной рецептуры, которая веками вбирала в себя традиции и обычаи местных жителей, их культуру приготовления пищи. Гастрономическое путешествие называют «палитрой, с помощью которой турист может нарисовать свое представление о той или иной стране. Еда приоткрывает тайну духа народа, помогает понять его менталитет» [2].

Гастрономический туризм – это поездка для ознакомления с особенностями национальной кухни страны, кулинарными традициями, особенностями производства и приготовления продуктов и блюд, а также обучения и повышения уровня профессиональных знаний [3].

На сегодняшний день все большую популярность приобретают неординарные, непривычные по содержанию гастрономические туры. И одним из занимательных и активно развивающихся направлений современной туристической индустрии являются чайные туры.

Как вид туризма, чайный тур возник в силу интереса людей к процессу обработки и выращивания чая. Эти поездки пользуются популярностью среди людей, связанных с торговлей чаем, и позволяют обогатить свои знания (некое повышение квалификации). Не менее популярно данное направление и среди людей, которые занимаются различными духовными практиками, цигуном, йогой, боевыми искусствами. Сегодня финансово успешные люди, которые уже побывали на всех континентах и ищут уникальные туры, также отдают предпочтение чайным турам. Подобные чайные туры являются довольно специфическим и индивидуальным предложением туристического рынка. Именно поэтому они по определению не могут быть «горящими» или дешевыми.

Что касается ограничений по возрасту или физическому состоянию, то для чайных туров их нет. В такие путешествия отправляются и молодые, энергичные люди и туристы более пожилого возраста, новички, знакомые с чайной культурой только по пакетированному чаю Lipton, и настоящие знатоки.

Чайный туризм предлагают Индия, Шри-Ланка, Япония и Китай. Но начинать изучать все секреты древнего напитка следует с родины этого напитка. Именно Китай является прародителем всех чайных церемоний в мире.

Считается, что чай был найден именно в Китае известным мифологическим божеством около XXX века до н.э. Долгое время, наслаждаться этим тонизирующим напитком могли только богатые граждане страны. И приблизительно в I веке до н.э. чай стал напитком всех жителей Китая. Спустя еще десять столетий одним из направлений экономического развития страны было развитие чайных плантаций, способов сборки ароматного урожая и его обработки. В соседние страны этот благородный напиток попал благодаря Великому шелковому пути.

Китайский чай – особая культура, пронизанная вековыми традициями. Несмотря на то, что на протяжении многих столетий сам процесс потребления чая претерпел немало трансформаций. Именно в Китае осталось самое главное – философия неспешного и осознанного восприятия чайной церемонии. Китайский чай – продукт бережного отношения к вековым основам не только в потреблении, но и выращивании. Это ручная сборка, ручная обработка, ручная упаковка, способствующие сохранению все ценных качеств чайного листа.

Во время чайных туров туристы прослеживают весь «жизненный цикл» чая с момента его посадки и выращивания, до обработки, изготовления, продажи, перепродажи и потребления. Программа чайных туров включает в себя посещение чайных плантаций в горах и долинах, знакомство с фермерами и посещение маленьких традиционных китайских деревень, визит на чайные мануфактуры, участие в сборе и производстве чайного напитка. Туристы учатся различать напиток, которого более тысячи сортов, по вкусу, аромату, цвету. Особенностью таких туров является то, что всю информацию рассказывают не только гиды, но и непосредственно китайские фермеры, продавцы и другие участники процесса создания популярного ароматного напитка.

Тур включает в себя не только знакомство с местными чайными традициями, но и изучение основ чайной церемонии. За длительную историю китайской цивилизации в стране было выработано множество способов заварки чаёв, каждый из которых предназначался для определённого случая и события. Именно так в Китае и зародилось не только обычное чаепитие, но и традиционные чайные церемонии «гун фу ча». В переводе с китайского языка «гун фу» означает буквально высшее искусство, а «ча» переводится как чай. Во время «гун фу ча» можно в полной мере насладиться цветом настоя, формой чайного листа, вкусом и ароматом напитка.

На сегодняшний день существует два основных направления чайного туризма в Китае. Туристам предлагают посетить районы Фуцзянь и Юньнань, считающиеся настоящими «жемчужинами» чайного производства [4].

Что касается длительности подобного путешествия, то, как правило, программа рассчитана на десять дней и начинается путешествие по Фуцзяню в городе Сямэнь, через который в Поднебесную пришла западная медицина, культура, спорт и некоторые технологии. Этот город является одним из немногих китайских городов, через которые Запад «прорубал окно» в страну. В Сямэне туристы посещают фабрику по производству чаёв пуэр, а также чайные рынки. Участники путешествия узнают множество полезной информации о разных пуэрах, учатся отличать настоящий чай от подделки и различать сорта пуэра. Кроме того, на чайном рынке специалисты учат правильно торговаться и выбирать как чай, так и соответствующую чайную посуду для заваривания. После Сямэня тур обычно проходит по местечку Хукенг, известному своими круглыми домами тулоу и красными чаями. Изучению и дегустации этих чаёв посвящаются два-три дня путешествия. Кроме этого туристы посещают Мекку для любителей чая – столицу китайского чая – Аньси. Этот уникальный город, являющийся колыбелью знаменитого чая тегуаньинь, дышит и живёт только чаем. Здесь совершается поездка на плантации с подробной экскурсией на них, визит на производство и на чайные рынки. Каждый вечер туристы наслаждаются великолепными чаями, принимая участие в настоящих чайных церемониях. Безусловно, в любом городе можно купить любой понравившийся чай и аксессуары для чаепития. В заповеднике Уишань – на родине чая дахунпао, туристы посещают скалы, водопады, заросли бамбука и монастыри. Кроме того, туристам предлагается увлекательный горный треккинг и посещение чайных плантаций, расположенных на возвышенностях.

Чайный тур по провинции Юньнань обладает не менее насыщенной и познавательной программой. Юньнань – это уникальная и великолепная провинция в юго-западной части страны. Она по сей день остается тайной даже для местных жителей. Путешествие обычно стартует с джунглей Сишуанбаньны – места, откуда начинается история китайского чая. После этого путь лежит в сторону Тибета. Стоит отметить, что подобные чайные туры не ограничиваются информацией об этом напитке, во время путешествия туристы узнают очень много любопытных фактов о Китае, его жителях, культуре, традициях и психологии китайцев. Начинается тур в местечке Цзинхун, где происходит первое знакомство с чаем пуэр во время чайной церемонии. Второй точкой на карте чайного тура по Юньнаню является Иу – одна из нескольких знаменитых чайных гор, где проходит «пуэрный интенсив» (посещение садов, плантаций, завода по обработке чайных листьев, дегустации). В Иу туристы пробуют не только классический пуэр, но и такие его сорта, о которых даже не пишут в интернете. Не менее интересен и округ Мэнхай, где сосредоточены самые крупные чайные производства. Здесь же каждый сможет собственноручно создать свой собственный блин (именно в таких плоских блинах продаётся этот чай) пуэра, обернуть его в бумагу и увезти домой в качестве ценного сувенира. Следующие несколько дней чайного тура проходят в самобытном Дали, который был одним из частей чайного пути, и Шаши – одним из мест, которое со времён прохождения по нему чайных караванов, практически не изменился. Здесь путешественников ожидает увлекательный треккинг по горам, посещение достопримечательностей и, конечно, чайные церемонии. Самым интересным моментом путешествия по Шаши считается двухдневный треккинг в Ущелье прыгающего тигра, находящееся на высоте 2 500 метров над уровнем моря. Здесь туристы ночуют на берегу реки Янцзы, а утром пробуют бодрящий тибетский чай с секретными ингредиентами. Затем туристы посещают китайский чайный рынок в Лицзян, после чего в местной чайной проходит занятие, посвященное улунам и другим зеленым чаям.

Подводя итог, отметим, что чайные туры являются новым интереснейшим направлением в туризме, которое соединяет в себе путешествие, активный отдых и

обучение. Программа чайных туров погружает в жизнь, связанную с чаем, его сбором, сушкой. Чайный тур включает посещение интереснейших чайных мест Китая, где своими руками туристы собирают и делают чай, учатся разбираться в его сортах, изучают основы чайной церемонии, знакомятся с местными чайными традициями. Помимо погружения в чайную тематику происходит знакомство с историей и богатейшей культурой этой страны.

Список использованных источников

1. Гастрономический туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.gastrotur.ru/gastronomicheskiy-turizm>.
2. Гордин В.Э. Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение. Коллективная монография / В.Э. Гордин, Ю.Г. Трабская. – СПб.: Левша-Санкт-Петербург, 2014. – 208 с.
3. Железова О.Р. Этнический гастрономический туризм, его роль в сохранении национальной культуры и самобытности народов / О.Р. Железова // Молодой ученый. – 2013. – № 5. – С. 855-858.
4. <http://realchinatea.ru>. – чайные туры в Китай.

УДК 379.843:663.95(470)(045)

РАЗВИТИЕ ЧАЙНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ФЕСТИВАЛЕЙ ЧАЯ

Кутявина С.А.

Удмуртский государственный университет

DEVELOPMENT OF TEA TOURISM IN RUSSIA BASED ON THE EXAMPLE OF ORGANIZING TEA FESTIVALS

Kutyavina S.A.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассматривается развитие чайного туризма в России на примере организации и проведении фестивалей чая. Чайный туризм является новым интересным направлением в гастрономическом туризме, соединяющий в себе путешествие, активный отдых и обучение. В последнее время в России набирают обороты проведение фестивалей чая. Чайный фестиваль помогает людям ознакомиться с древними традициями чаепития, сделать применение этих традиций в современной жизни более широким. Фестивали чая могут быть локальными, в пределах одного района, города или страны. Однако существуют и всемирные фестивали чая. На сегодняшний день фестивали чая проходят в разных уголках России. Одним из крупных фестивалей является Международный фестиваль чая и кофе, который проходит в Санкт-Петербурге. На примере Международного фестиваля чая и кофе Санкт-Петербурга подробно показана организация и проведение подобного рода фестивалей. Насыщенная культурная программа способствует привлечению разных возрастных категорий туристов. Фестивали чая способствуют активному развитию внутреннего туризма, привлекая туристов к тому или иному региону.

Abstract: The article discusses the development of tea tourism in Russia based on the example of organizing tea festivals. Tea tourism is an interesting new direction in gastronomic tourism that combines travel, leisure and training. Nowadays, tea festivals in Russia getting more and more popularity. Tea festival helps people to get acquainted with the ancient tradition of tea drinking and spreading it modern life. Tea festivals can be local, within the same district, city or country. However, there are world tea festivals. Today tea festivals are held in different parts of Russia. One of the major festivals is the International Tea and Coffee Festival, which takes place in St. Petersburg. The article shows organization of such festivals based on the example of St. Petersburg International Tea and Coffee Festival. Rich

cultural program helps to attract different age categories of tourists. Tea festivals contribute to the active development of domestic tourism, attracting tourists to a particular region.

Ключевые слова: чайный туризм, чайный фестиваль, чай.

Key words: tea tourism, teas festival, tea.

Чайный туризм является новым интересным направлением в гастрономическом туризме, соединяющий в себе путешествие, активный отдых и обучение. Чаепитие является очень популярным по всему земному шару. Для кого это просто часть приема пищи, для кого-то – искусство, а для кого-то – философия, для кого-то – возможность прикоснуться к древним традициям и истории [1].

Напиток с такой богатой историей не может не привлекать внимание людей. Поэтому во многих странах мира проводятся чайные фестивали. Чайный фестиваль помогает людям ознакомиться с древними традициями чаепития, сделать применение этих традиций в современной жизни более широким [2]. Это помогает соотнести между собой несколько культур, выявить сходства и различия. Ведь менталитет, по-русски душу, народа можно понять даже по тому, как люди, относящиеся к этому народу, пьют чай. Подобные фестивали знакомят людей с полезными свойствами чая, о которых они, может быть, не догадываются. Фестивали чая привлекают большое внимание, и, таким образом, повышается интерес к чаю вообще и к чайной церемонии в частности.

Фестивали чая могут быть локальными, в пределах одного района, города или страны. Однако существуют и всемирные фестивали чая. Первый такой фестиваль прошел в Москве в 2003 году. Местом проведения данного мероприятия стал Васильевский спуск [3]. Такие фестивали помогают общаться людям разных культур. Кроме того, такое мероприятие позволяет продегустировать различные сорта чая, пришедший именно с места их обитания, то есть это будут настоящие чаи, а не подделка. Кроме того, большая культурная программа предполагает различные выступления и конкурсы, что подарит массу приятных эмоций и воспоминаний.

На сегодняшний день фестивали чая проходят в разных уголках России. Одним из крупных фестивалей является Международный фестиваль чая и кофе, который проходит в Санкт-Петербурге. В 2016 году прошел IX Международный фестиваль чая и кофе. Санкт-Петербургский Международный фестиваль чая и кофе стал одной из визитных карточек города на Неве. Праздник пользуется все большей популярностью (за 8 лет фестиваль посетило более полумиллиона человек по отчетам ГУ МВД России по Санкт-Петербургу и Ленинградской области) и привлекает все большее внимание жителей не только Петербурга, но и других российских городов.

Фестиваль был создан для того, чтобы дать возможность компаниям, работающим в чайной, кофейной и смежных отраслях, представить традиционные и новые виды продукции, обменяться опытом и установить полезные деловые контакты с партнерами из России и из-за рубежа. В Фестивале участвуют многочисленные российские и зарубежные компании (производственные и торговые фирмы, отраслевые ассоциации, производители кондитерских и хлебобулочных изделий, меда, посуды, в т.ч. чайных и кофейных аксессуаров) [4].

Цели и программа Фестиваля имеют большое культурное и социальное значение, так как позволяют приобщить жителей городов, прежде всего, детей и молодежь к здоровому образу жизни, возродить традиции употребления чая, продемонстрировать культуру чаепития народов других стран, взаимно обогатить и разнообразить исторические традиции.

В рамках Международного фестиваля чая проходят Международный конкурс чая. В состав жюри входят российские и зарубежные эксперты мирового уровня. Цель конкурса – объективная оценка и отбор лучших образцов чая, выявление лучших

производителей, содействие улучшению качества поставляемых в Россию чая, показ широкой общественности достижений в области производства чая, популяризация традиционных и новых марок. К участию в конкурсе допускаются юридические лица, деятельность которых связана с производством или торговлей чаем и кофе, а также имеющие соответствующие права на эту деятельность.

Экспертная оценка продукции, выставленной на конкурс, производится членами авторитетной комиссии в специально оборудованной лаборатории и в строгом соответствии с международными правилами проведения подобных мероприятий. Жюри по итогам дегустационного конкурса присуждает продукции дипломы качества и медали следующего достоинства: золотая, серебряная, бронзовая и дипломы за: лучший аромат, вкус, гармонию аромата и вкуса, дизайн упаковки. Оргкомитет Международного фестиваля чая предоставляет право фирме-производителю при получении на конкурсе Большой Золотой, Золотой, Серебряной или Бронзовой медали размещать на упаковке продукта логотип полученной награды с указанием года ее вручения.

Разнообразная культурная программа призвана познакомить гостей Фестиваля с чайными и кофейными цивилизациями нашей планеты, с культурой и искусством многих стран, на территории которых чай и кофе выращиваются уже сотни и тысячи лет. Посетители могут бесплатно принять участие в древних и современных чайных и кофейных церемониях и дегустациях, сопровождаемых этнической музыкой и рассказом о традициях и обычаях разных народов мира.

Ярким и вкусным акцентом фестиваля в 2016 году стала тематическая площадка «Ягодный пир». Сочные, сладкие, с кислинкой, ароматные, местные и экзотические, свежие, сушеные, засахаренные, в нежных йогуртах, ягодном мороженом, прозрачном мармеладе, домашнем варении, изысканных тортах и аппетитных пирогах, которые являются прекрасным дополнением к чаю. Все дни вниманию гостей фестиваля предлагается кулинарное ягодное мастер-шоу, дегустации новинок от производителей, розыгрыши призов и десертный фуд-корт. Здесь же разворачиваются ремесленные ягодные мастерские для семейного и индивидуального творчества.

Неотъемлемой частью культурной программы Фестиваля является Международный конкурс искусств «МирArt» проходящий на Главной сцене. Основными задачами конкурса являются организация досуга молодых семей, привлечение их внимания к вопросам культуры, искусства, экологии и охраны окружающей среды, а также обеспечение поддержки, развитие и раскрытие творческого потенциала молодёжи. Гости конкурса, оказавшиеся в праздничном пространстве в любой из трёх заявленных дней, могут стать не только зрителями культурной программы, но и участниками разнообразных тематических мастер-классов, викторин, игр и лекций, проводимых на площадке охраны окружающей среды, в зоне настольных семейных развлечений и лектории.

Более того, «МирArt»-семейное творчество» — это, прежде всего, стартовая площадка для многих молодых творческих коллективов и исполнителей города, пропагандирующих семейные и общечеловеческие ценности, занимающих активную гражданскую позицию и готовых раскрыть свои таланты по средствам участия в культурной программе конкурса.

В 2016 году конкурс искусств «МирArt»-семейное творчество» отмечает свое пятилетие. Каждый год его программа строится по-новому, нешаблонному сценарию, позволяющему как можно большему числу конкурсантов раскрыть свои дарования и представить публике совершенно разнообразные по стилистике и жанровой направленности выступления. Самыми запоминающимися из них были следующие жанры, стили и направления: джазовая импровизация, цирковое искусство, синхробуффонада, фольклор и этника, классическая хореография и инструментальная музыка. Изюминкой конкурса являются семейные выступления. В вокальных или танцевальных номерах на сцену выходят дуэты, трио или ансамбли, участниками которых являются представители одной семьи. Конкурсантам, чьи семьи не обладают творческими

способностями, разрешается привести семейную группу поддержки. Выступления участников оценивает профессиональное жюри, состоящее из представителей творческой интеллигенции Петербурга.

Отличительной особенностью конкурса является попытка провести параллель между традициями чаепития и различными видами искусств. Специально для этого были учреждены номинации «Чайное дерево», «Кипят'ОК» и «Zavarka», каждая из которых объединяет в себе выступления артистов и коллективов, ассоциативно связанных с чайной и кофейной тематикой.

Значительная часть территории Фестиваля отведена под детскую тематическую площадку – «Чайное царство, чайное государство», где юных посетителей ожидает множество развлечений, конкурсов и викторин, призов и подарков.

Все дни работы Фестиваля на его территории открыта выставка-ярмарка, на которой традиционно представлен большой ассортимент меда, кондитерских изделий и сопутствующих товаров.

Подводя итог, отметим, что фестивали чая с каждым годом пользуются все большей популярностью среди городских жителей. Насыщенная культурная программа способствует привлечению разных возрастных категорий туристов. Фестивали чая способствуют активному развитию внутреннего туризма, привлекая туристов к тому или иному региону.

Список использованных источников

1. Гастрономический туризм [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.gastrotur.ru/gastronomicheskiy-turizm>.

2. Гордин В.Э. Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение. Коллективная монография / В.Э. Гордин, Ю.Г. Трабская. – СПб.: Левша-Санкт-Петербург, 2014. – 208 с.

3. www.tea-festival.ru. – официальный сайт всемирного фестиваля чая.

4. <http://www.festea.ru>. – официальный сайт Международного фестиваля чая в Санкт Петербурге.

УДК 796.5(470.342)(045)

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Герасимов С.В.

Вятский государственный университет

Коньшев Е.В.

Вятский государственный университет

STRATEGIC DIRECTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF SPORTS TOURISM IN KIROV REGION

Gerasimov S.V.

Vyatka State University

Konyshchev Ye.V.

Vyatka State University

Аннотация: Спортивно-оздоровительный туризм является феноменом современного российского общества и имеет огромный потенциал в организации доступного отдыха и восстановления граждан. Спортивно-оздоровительный туризм рассматривает нами как массовое

общественное движение и выполняющее разнообразные функции для разных групп населения. Для повышения эффективности развития спортивно-оздоровительного туризма необходимо разработать и реализовать стратегию и программу на региональном уровне.

Abstract: Sports tourism is a phenomenon of modern Russian society and has a huge potential available in the organization of rest and recovery citizens. Sports tourism sees us as a mass social movement and performing a variety of functions for different population groups. For increase of efficiency of development of sport tourism we need to develop and implement a strategy and program at the regional level.

Ключевые слова: спортивно-оздоровительный туризм, Кировская область.

Key words: sports tourism, Kirov region.

Эффективность управления развития туристско-рекреационной системы Кировской области остается не высокой на протяжении нескольких лет. Применяемые подходы и механизмы не только не способствуют качественному изменению существующего состояния, но и существенно усугубляют положение в сравнении с другими регионами [3,4]. Необходимо предложить механизмы и подходы, способствующие повышению эффективности использования туристско-рекреационного потенциала области и оптимизации пространственной организации туристско-рекреационной системы. Предлагаемая нами модель региональной туристско-рекреационной системы на функциональном уровне включает в себя туристскую и рекреационную подсистемы, а на пространственном уровне состоит из опорных точек, туристских доминант, сети туристских маршрутов, транспортных систем [2].

В соответствии с концепцией развития туристско-рекреационных кластеров в Кировской области планируется создать кластер видов туризма в природной среде «Поющие пески» [6]. В районах, входящих в данный кластер имеется потенциал для развития спортивно-оздоровительного, экологического и приключенческого туризма. Более того, как показывают результаты опроса населения [5], существует объективная потребность вовлечения населения в данное общественное движение и создание условий для организации доступного отдыха.

Одним из феноменов советского, а в последующем и российского общества является спортивный и спортивно-оздоровительный туризм, развивающийся на самостоятельной основе. Долгие годы он развивался в условиях плановой экономики, выполняя функцию патриотического воспитания, изучения родного края, совершенствования спортивного мастерства. В Советском Союзе спортивно-оздоровительный туризм оформился в стройную систему и стал поистине массовым видом организации отдыха населения. В спортивном и спортивно-оздоровительном туризме были разработаны технологии, которые активно применяются и в российской армии, и в организации туров в природной среде. К сожалению, в связи с переходом на рыночные отношения система спортивно-оздоровительного туризма практически перестала выполнять свои функции. Лишь в сфере детско-юношеского туризма сохранилось бюджетное финансирование, инфраструктура, плановая работа с молодым поколением. Конкурировать с другими отраслями и видами туризма спортивно-оздоровительный туризм мог лишь в некоторых сегментах, его популярность уменьшилась.

В условиях снижения уровня благосостояния населения, действия санкций в отношении России, неблагоприятного курса валют все большее значение приобретает внутренний туризм. Учитывая огромную площадь России, ее уникальный природный потенциал, именно технологии спортивно-оздоровительного туризма позволяют сформировать доступные туристские продукты и удовлетворить туристско-рекреационные потребности населения.

Для повышения эффективности развития спортивно-оздоровительного туризма необходимо разработать полный пакет нормативно-правового обеспечения на государственном, региональном и муниципальном уровнях. На уровне Российской Федерации стратегические подходы к регулированию спортивно-оздоровительного туризма закреплены в «Стратегии развития туризма в РФ» до 2020 года.

Под спортивно-оздоровительным туризмом нами понимается – массовое общественное движение, состоящее из индивидуально-групповых путешествий и спортивно-массовых мероприятий в природной среде, основанных на технологиях спортивного туризма, а также клубной деятельности. В спортивно-оздоровительном туризме (СОТ) выделяется три наиболее важных элемента: туристские клубы, как место концентрации туристов для общения и проведения методической работы, походы, как средство познания окружающего мира и спортивно-массовые мероприятия, где совершенствуется спортивно-туристское мастерство [1]. Спортивно-оздоровительный туризм многообразное явление, представляет разнообразные аспекты жизнедеятельности человека и выполняющее разнообразные функции для разных групп населения. Технологии пребывания в природной среде, в условиях автономности, без благ цивилизации и элементарных санитарно-гигиенических условий в настоящий момент востребованы у геологов, военных, спасателей, туристских компаний – организаторов коммерческих туров и иных профессиональных и социальных групп. Все технологии отрабатывается в рамках организации походов, а далее тиражируются и используются заинтересованными организациями.

В настоящий момент в России отсутствует система образования, формирующая полный объем компетенций как для пребывания человека в природной среде, так и организации там сервисных услуг. Весь спектр походной работы в разных видах туризма дает возможность формировать специалиста высокого класса для разных сфер профессиональной и социальной деятельности. Спелео и горный туризм позволяют в совершенстве овладеть передвижением в безпорочном пространстве. Несколько лет занятия водным туризмом формируют гида-проводника водных туров, способного работать в коммерческих структурах. Любой руководитель походов 2-6 категории сложности легко спланирует передвижение в природной среде группы людей, пропишет материальное и продовольственное обеспечение, требования к безопасности путешествия. Эти иные компетенции формируются в рамках занятия СОТ.

Спортивно-оздоровительный туризм – это позитивная форма самоорганизации сообществ на территории всей России на единых принципах включающая в себя технологии саморазвития человека и общества.

В условиях чрезвычайной загруженности городского населения, постоянно действующих раздражителей, экологических и фоновых загрязнителей, стрессовых ситуаций, а также дефицита свободного времени у большинства граждан, весьма актуальной становится проблема смены, хотя бы на короткое время, условий существования, то есть встает проблема получения положительных эмоций. Одним из способов снятия стресса является отдых в группе людей со схожими интересами. В то же время разрозненные группы имеют ограниченные возможности по самореализации своих прав и защите общих интересов.

Наиболее простыми и доступными формами организации населения с целью занятия спортивно-оздоровительным туризмом являются клубы и секции, сформированные по территориальному и производственному признаку. Более сложной формой являются общественные движения и ассоциации. Создание и функционирование подобных организаций должно в конечном итоге способствовать решению следующих задач:

Привлечение населения к решению проблем местных сообществ на ином организационном уровне.

- Повышение правовой грамотности населения.

- Повышение информированности населения об активном отдыхе.
- Привлечение активной части населения в туристическое движение.
- Установление контактов между некоммерческими организациями, СМИ и местными сообществами.
- Создание кадрового резерва для организации туристической деятельности в регионах.

Спортивно-оздоровительным туризм является уникальным социокультурным явлением современного российского общества, с богатым внутренним потенциалом для развития различных форм и видов путешествий в природной среде и вовлечения широких слоев населения в процесс самоорганизации доступной рекреационной деятельности.

Не смотря на все позитивные стороны спортивно-оздоровительного туризма, в настоящее время в России отсутствует системная оценка этого явления. Устойчивая ведомственная направленность программной деятельности, отсутствие у государства механизм организации и реализации межведомственных процессов с наличием общественной составляющей ставят под угрозу возможность развития СОТ. Профильные сообщества, направленные на реализацию рекреационной деятельности, прежде всего на членов сообществ, могут прекратить свое существования в связи с невозможностью осуществлять привычный годовой рекреационный цикл в виду возрастных ограничений участников сообществ, снижения материально-финансовой составляющей, появления иных значимых, для членов сообществ, видов деятельности. Необходимо создавать социально – адаптационные зоны, где будет существовать возможность передачи технологий СОТ от одного поколения к другому, вне зависимости от возможностей и желаний самих носителей технологий СОТ. Главенствующую роль в этом случае может взять на себя государство, в рамках общественно-государственного партнерства через реализацию комплексной деятельности с учетом возрастной дифференциации участников.

Спортивный и спортивно-оздоровительный туризм взаимосвязанные и дополняющие друг друга явления. Они обладают, по мнению экспертов, самым высоким коэффициентом положительного воздействия на человека из всех видов рекреации. В 1980-е годы в походах и слетах участвовало ежегодно более 10 млн. человек. Лишь разрушенная в 90-е годы система финансирования существенно сократила это количество в разы. Учитывая материалы «Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего туризма в РФ» на 2011-2016 г в Кировской области к занятию спортивно-оздоровительным туризмом предрасположены около 25000 человек.

Согласно статистических данных на 31.12.2011 в Кировской области спортивно-массовую и физкультурно-оздоровительную работу с детьми, подростками и молодежью осуществляют 58 спортивных школ и детско-юношеских клубов по физической подготовке.

Общая численность учащихся в детско-юношеских спортивных школах области (далее – ДЮСШ) достигла 30706 человек, в том числе 7811 человек занимаются в специализированных детско-юношеских спортивных школах олимпийского резерва (далее – СДЮСШОР).

В области физического воспитания детей и молодежи в учреждениях спортивной направленности работают 1018 человек, из которых 73,7% физкультурных работников имеют высшее и среднее специальное физкультурное образование.

На основании данных статистической формы 5-ФК за в 2014 спортивным туризмом занималось 3421 человек.

При этом на данный вид спорта не распространялась и не распространяется в настоящее время плановая деятельность спортивных школ и работа тренеров.

В то же время, в ряде районов Кировской области наблюдается устойчивый интерес к сфере спортивного туризма. В Опаринском, Омутнинском, Слободском, Сунском, Нолинском, К-Чепецком районах и г.Кирове регулярно проводятся спортивные

соревнования. Сформированы коллективы спортивных судей для их проведения, ведется система учета спортивных достижений, присваиваются спортивные разряды. Основываясь на этом положении, а также учитывая положения схемы образовательных округов Кировской области, на базе спортивных школ в Опаринском, Сунском, Слободском, Омутнинском районах и г. Кирове нужно инициировать открытие отделения вида спорта «спортивный туризм» со специализацией на пешеходном, вело и водном туризме. Так же, непосредственно в г. Кирове, учитывая имеющуюся материальную базу, необходимо рассмотреть вопрос о реализации направления конный туризм в рамках дисциплины «дистанции». Тренерский состав для отделений спортивных школ может быть подготовлен в рамках проведения курсов профессиональной переподготовки лиц, работающих как в сфере спорта, так и педагогов дополнительного образования.

Материально-техническая база для развития спортивного туризма по дисциплине «маршруты» не предполагает вложений в стадионы, плоскостные и крытые сооружения. Для реализации спортивной составляющей необходимы два помещения (одно для прохождения теоретических занятий, второе для хранения снаряжения и работы с ним) общей площадью не более 60 м. кв. Общий комплект личного и группового снаряжения, необходимого для прохождения спортивного маршрута, не превышает 20 тыс. рублей в пешеходном туризме, 40 тыс. – в водном и в велотуризме. При этом годовая амортизация колеблется по разным видам снаряжения от 5 до 30 процентов.

Все используемое снаряжение не имеет индивидуальной привязки к спортсмену и может применяться, как для тренировочного процесса, так и для прохождения маршрутов от начального уровня до 1 спортивного разряда включительно. Маршруты 1-3 категории сложности, позволяющие выполнить 3-1 спортивный разряд, могут быть пройдены на различных территориях. Для 3 спортивного разряда – в районах, прилегающих к месту проживания. Для выполнения 2-1 спортивного разряда на территориях, находящихся на удалении от 600 до 2500 км от Кировской области.

С увеличением количества проходимых маршрутов растет спортивное мастерство, которое позволяет, в дальнейшем, проходить маршруты 5-6 категории, соответствующие уровню мастера спорта. При этом можно утверждать, что возрастные изменения, влияющие на спортивное мастерство в других видах спорта, для спортивного туризма в дисциплине «маршруты» не являются столь пагубными. Спортивное долголетие на «маршрутах» может продолжаться вплоть до 50 летнего возраста, что является уникальным явлением для спорта в целом.

Дисциплина «дистанция» вида спорта «спортивный туризм» менее требовательна к материально-техническому обеспечению спортсмена в сравнении с дисциплиной «маршрут» и может быть оценена на финансирование одного спортсмена для пешеходных дистанций в сумму до 15 тыс., в водных – до 25 тыс. и в вело- – до 30 тыс. рублей. Амортизационные отчисления так же будут ниже по всему снаряжению, (от 5 до 15%) кроме веревок. Они требуют замены каждые 2 года. В то же время для реализации процесса подготовки спортсменов потребуется стандартный спортивный зал для пешеходного и вело туризма, требующий незначительной реконструкции стоимостью менее 100 тыс. рублей, бассейн – для подготовки спортсменов в рамках водных дистанций. Альтернативой может стать оборудованный полигон в природной среде. Полигон для дистанций 1-3 категории сложности обойдется в сумму около 500 тыс. рублей.

Спортивно-оздоровительный туризм, как общественное движение, может иметь различные пути развития. Наиболее оптимальным вариантом может выступать общественно-государственное партнерство, основанное на реализации общественным движением задач государственной политики в сфере рекреации, самоорганизации людей в физической культуре, формирования патриотизма, повышения социальной активности общества, профессиональной самореализации граждан, повышения туристской привлекательности регионов.

Учитывая настоящие положения и общую ситуацию, сложившуюся в сфере туризма в Кировской области на данный момент необходимо выполнить следующие действия, направленные на развитие спортивно-оздоровительного туризма:

1. Определить место СОР в структуре экономики и социальной сферы Кировской области.
2. Выработать идеальный образ развития как туристической отрасли, так и СОР, как формы социальной активности.
3. На основе идеального образа с учетом реально действующих факторов разработать оптимальную модель преобразования сферы туризма и СОР, в частности.
4. Поставить цели и задачи для реализации данной модели.
5. Разработать план мероприятий и обеспечить его выполнение, оценивая эффективность принимаемых мер с учетом поставленных целей.
6. Позиционировать Кировскую область на российском и международном туристских рынках как регион, специализирующийся на СОР.
7. Разработать комплексную региональную программу развития СОР и организовать ее реализацию.

Учитывая социальное значение СОР, можно выделить следующие основные аспекты и направления стратегии:

1. Создание адекватной современной обстановке организационно-управленческой вертикально-интегрированной системы, основанной на разграничении полномочий по формированию деятельности и исполнению принятых решений через специализированные структуры при обязательной персональной ответственности за результат.
2. Максимальное использование конкурсных технологий и проектно-целевого финансирования при реализации социальных и коммерческих, областных и муниципальных программ с четкими критериями оценки планируемых результатов.
3. Устранение узковедомственных ограничений при организации социально значимой работы и переориентация специализированных организаций на комплексную вневозрастную деятельность. Создание условий для естественного симбиоза детского и взрослого туризма на базе станций и секций детско-юношеского туризма Министерства образования Кировской области через проведение совместных мероприятий и активное развитие семейного туризма как одного из способов укрепления здоровых отношений в семье и основы развития любого нормального общества.
4. Признание и поддержка спортивно-оздоровительного туризма, как социально ориентированного общественного движения населения, направленного на удовлетворение рекреационных потребностей населения.
5. Преобразование системы сбора и обработки данных, создание системы обратной связи: орган управления туризмом – организация по оказанию услуг для быстрого и более полного реагирования на изменение условий и потребностей рынка рекреационных услуг.
6. Максимальное использование возможностей продвижения Вятского края как рекреационно-привлекательного региона через адресную деятельность, традиционные и нетрадиционные технологии.
7. Переориентация специалистов высшей и средней школы на практическую деятельность в рамках подготовки и переподготовки кадров, требуемых для решения практических задач формирования и функционирования сферы туризма Кировской области.
8. Создание механизма смешанного соучредительства при реализации технологий приключенческого и массового туризма по месту жительства, учебы и работы, при проведении спортивных мероприятий в природной среде.
9. Создание взаимосвязанной системы приютов, центров и полигонов в природной среде, сосредоточенных в местах с наибольшей туристской информативностью, построенных с учетом культурно-исторических и природных

особенностей края из традиционных природных материалов с использованием малозатратных технологий в форме СОТ-центров.

10. Стимулирование организаций, занятых в туристской индустрии, к формированию внутреннего туристского продукта с учетом дифференцированного подхода к организации отдыха различных слоев населения с неодинаковым уровнем дохода на члена семьи.

Для оценки возможностей стратегии развития спортивно-оздоровительного туризма проведем SWOT-анализ (табл. 1).

Сильные стороны СОТ: богатая, более чем 100 летняя история, материально доступные технологии. Широкая территориальная доступность. Разнообразные виды и формы деятельности, основанные на вневозрастной дифференциации, индивидуальной и коллективной деятельности, поступательном развитии. Широкое распространение сообществ на территории России. Многоплановость получаемых впечатлений и результатов участниками процесса. Высокая практическая востребованность разрабатываемых технологий.

Слабые стороны. Отсутствие нормативной базы. Отсутствие всероссийской вертикально-интегрированной структуры. Ужесточение природоохранного законодательства. Слабый PR образ вида деятельности. Зависимость от государственной внутренней политики. Ограниченность распространения в рамках бывшего СССР, в другие страны существуют не распространяется.

Возможности. Запрос на технологии от коммерческих компаний.

Угрозы. Зависимость существования общественных объединений от ресурсодержателей, преобладание в сознании ресурсодержателей экономического над социальным, Ужесточение природоохранного законодательства. Физическое старение носителей СОТ-технологий.

Таблица 1

SWOT-анализ спортивно-оздоровительного туризма

		Внешняя среда	
		Возможности (О)	Угрозы (Т)
Внутренняя среда	Сильные стороны (S)	Формирование всероссийского общественного движения. Восстановление системы клубов как областного, так и муниципального уровня, со всей системой подготовки кадров на основе смешенного соучередительства. Реализация комплексных проектов использующих технологии пребывания в природной среде	Проведение системной работы с административными ресурсодержателями муниципального и областного уровня по следующим направлениям: образование, молодежная политика, природоохрана и природопользование, малое предпринимательство, система МЧС. Работа по выполнению госзаказа. Обобщение имеющегося опыта в бумажном и электронном виде
	Слабые стороны (W)	Проводить работу по формированию системной PR-работы. Создание видео, фото и иных материалов для позитивного имиджа СОТ-деятельности	Выход на ресурсодержателей коммерческой направленности. Поиск точек пересечения интересов. Инициировать через создание петиции процесс внесение изменений в статью 11 Лесного кодекса РФ

Анализ состояния спортивно-оздоровительного туризма в Кировской области позволил сделать ряд выводов о перспективных задачах, требующих решения. Были выделены:

Нормативно-правовая. В связи с отсутствием устойчивого определения СОТ в федеральном законе ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности» отсутствует данное понятие и как следствие возникают сложности в развитии движения виду отсутствия нормативной базы.

Финансовая. В настоящее время в Кировской области вся экономическая составляющая туризма находится под управлением министерства развития предпринимательства, торговли и внешних связей Кировской области. В то же время социальная составляющая туризма рассматривается через систему детско-юношеского туризма и привязано к министерству образования, а также министерству охраны окружающей среды и министерству спорта. При отсутствии координации между этими ведомствами создалась ситуация, при которой сокращение бюджетного финансирования в рамках социальной составляющей происходит ежегодно, а также осуществляются попытки перевода социальной ренты в экономическую.

Учитывая незначительное количество предприятий в Кировской области, рассматривающих людей, занятых в спортивном туризме и СОТ как целевую аудиторию реализации собственных товаров и услуг, возможность работы с этими организациями, как спонсорами, резко сокращается.

Материальная. В настоящее время в области отсутствуют специализированные клубы для развития спортивно-оздоровительного туризма. В организациях, культивирующих СОТ, по существу клубов, работающих на общественных началах, материально-техническая база сформирована за счет личных средств участников движения и предназначена для участия как в соревнованиях, так и походах.

Решением проблемы с материально-техническим обеспечением и отсутствием сооружений могло бы стать выделение в ряде районов области полигонов с разнообразным рельефом на которых, после определенных работ, станет возможным проведение, как соревнований высокого класса, так и учебных мероприятий для СОТ ориентированной деятельности. Также этому способствует создание межрайонных ресурсных центров, где было бы возможно сконцентрировать снаряжение и оборудование для проведения учебно-тренировочных процессов и соревнований.

Кадровая. В области отсутствует устойчивая система подготовки кадров для спортивно-оздоровительного туризма. Создать ее возможно, лишь при наличии финансирования со стороны муниципалитетов и региональных властей.

Организационная. В настоящее время деятельность участников СОТ движения и физкультурников разобщена и выражена 4 отдельными блоками.

Первый – Федерация туризма, включающая в себя клубы и индивидуальных членов. Данный состав формирует и реализует всю официальную деятельность, включая календарь соревнований по спортивному туризму в Кировской области. Все работы ведутся на общественных началах.

Второй – Малые сообщества. Группы до 15 человек совершающие ежегодные спортивные и спортивно-оздоровительные путешествия и нередко принимающие участия в массовых мероприятиях. Данные сообщества отказываются от формализации деятельности, не ведут учет своей работы.

Третий – Представители в районах области проводящие массовые мероприятия без классификации дистанций и присвоения разрядов. Чаще всего по финансовым причинам отказываются участвовать в официальном календаре спортивно-массовых мероприятий.

Четвертый – Система детско-юношеского туризма. Имеет четкую федерально-региональную систему бюджетного финансирования и подчинена системе образования. С детьми работают педагоги-организаторы. Основная задача – воспитание и образование средствами туризма.

СОТ может реализовываться на протяжении всей жизни человека. В возрастном аспекте деятельность должна реализовываться следующим образом

В возрасте до 18 лет – на базе системы дополнительного образования детей при реализации образовательных программ, разработанных и утвержденных организацией, осуществляющей образовательную деятельность в стандартном объеме, на основе принципа нормативного подушевого финансирования (НПФ).

Верхний уровень в данной структуре отводится методическому центру в виде областного (регионального) центра детско-юношеского туризма. Работа подобных центров доказала свою эффективность на протяжении более чем 50 лет в эпоху СССР и 25 лет современности.

Далее координация деятельности должна передаваться на уровень созданных образовательных округов на станции (центры) детско-юношеского туризма. Это могут быть как специализированные организации станции юных туристов и краеведов, так и центры ДЮОЦ военно (гражданско) -патриотической направленности, имеющих штатных специалистов для реализации и координации СОТ деятельности в образовательном округе.

Непосредственная работа с детьми может быть реализована через 3 структуры:

1. «туристский» кружок общеобразовательной школы с руководителем – учителем географии или иным предметником,

2. туркружок муниципального клуба по месту жительства с руководителем кружка – туристом, с опытом организации путешествий в различных видах туризма,

3. объединение в ДЮОЦ СОТ-направленности реализующем комплексную деятельность по дополнительным образовательным программам под руководством педагога дополнительного образования.

Организация работы в рамках обозначенных подразделений должна быть направлена на комплексное развитие ребенка: на оздоровление и физическое развитие, социальную адаптацию и профессиональную ориентацию, воспитание и обучение через апробированные в течение долгого времени формы работы: обучение туристским навыкам, походы экскурсии, соревновательную и краеведческую деятельность, полевые лагеря.

При достижении 18-летнего возраста для юноши/девушки, система детско-юношеского туризма перестает быть актуальной. Вследствие выхода из стен школы и обретения нового социально-возрастного статуса в виде студента или молодого рабочего для молодежи важно продолжить вне профессиональную туристскую спортивно-оздоровительную практику в новой группе в рамках спортивно-туристского сообщества сформированного по территориальному или субъектно-отраслевому признаку.

Территориальный признак может быть реализован на базе центров территориальной активности, домов культуры и ФОКов. В качестве формы реализации может быть создана вневозрастная системная деятельность для населения категории 18+ основанная на ежегодном цикле походов выходного дня, учебно-краеведческой деятельности, категорийных походов в отдельных видах туризма и участие в спортивно-туристских комплексных мероприятиях.

Такую же деятельность можно осуществить в рамках кружковой и спортивно-секционной работы в стенах средне-специальных и высших учебных заведений, а также в рамках деятельности общественных объединений без организации юридического лица при предприятиях различных форм собственности.

В настоящее время на ряде предприятий и в некоторых ВУЗах г. Кирова сформированы туристские кружки и работают спортивно-туристские команды.

Дальнейшее развитие деятельности в данном направлении можно связать с созданием единого методического и координационного центра в Кировской области занятого распространением технологий СТ и СОТ на неограниченную часть населения Кировской области.

Для успешной реализации стратегических задач развития СОТ в Кировской области требуется осуществление программных мероприятий.

Важнейший результат внедрения программы должны стать – это устойчивая сформированная потребность молодежи и других слоев населения в систематических занятиях физкультурной деятельностью в рамках СОТ.

Кроме того, реализация комплекса мероприятий программы должна привести к окончанию 2020 года следующих результатов:

- увеличение числа граждан Кировской области занимающихся СОТ к окончанию более чем на 12 % до 4000 чел.;
- увеличение количество организаций – коллективных членов федерации до 12;
- увеличение количества спортивных походов до 25 в год;
- модернизация существующей системы информационно-пропагандистской и рекламной деятельности, способствующей вовлечению граждан в активные занятия спортивным туризмом;
- повышение качества и уровня проводимых мероприятий.

Программа развития СОТ не должна иметь ведомственную соподчиненность, а должна быть построена на межведомственном взаимодействии. Спортивно-оздоровительный туризм не имеет ведомственной привязки и поэтому программа должна быть написана с учетом ведомственных требований или может писаться под определенное ведомство, согласное рассматривать СОТ, как комплексное явление. В разных регионах России заказчиками могут выступать как совместно, так и индивидуально органы молодежной политики, система образования, природоохранные структуры, ведомства, заинтересованные в развитии туризма в целом. Дальнейшее развитие деятельности в данном направлении можно связать с созданием единого методического и координационного центра в Кировской области занятого распространением технологий СТ и СОТ на неограниченную часть населения Кировской области.

Список использованных источников

1. Герасимов С.В., Конышев Е.В. Феномен спортивно-оздоровительного туризма // В сборнике: ТУРИЗМ В ГЛУБИНЕ РОССИИ Сборник трудов III Международного научного семинара. 2014. С. 60-66.
2. Конышев Е.В. Концептуальные модели региональной туристско-рекреационной системы (функциональный и пространственный уровни) // Вестник Забайкальского государственного университета. 2015. № 12 (127). С. 99-109.
3. Конышев Е.В. Региональная туристско-рекреационная система Кировской области (функциональный и пространственный уровни) // Географический вестник. 2016. № 2 (37). С. 128-138.
4. Конышев Е.В., Герасимов С.В. // Развитие туризма в Кировской области: организационно-управленческий механизм повышения эффективности // В сборнике: География и туризм Сборник научных трудов. Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пермский государственный университет». Пермь, 2006. С. 92-100.
5. Конышев Е.В., Митягина Е.В. Туристско-рекреационные потребности как фактор организации региональной туристско-рекреационной системы Кировской области // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 4 (36). С. 63-67.
6. Устойчивая региональная туристско-рекреационная система Кировской области: теория и практика: монография / [С. В. Герасимов, Ю. А. Колесова, Е. В. Конышев, Е. В. Митягина, С. В. Ситников, О. М. Пахомова]; под общ. ред. Е. В. Конышева. – Киров: Изд-во ООО «Радуга-ПРЕСС», 2015. – 254 с.).
УДК 796.5(470.51)(045)

**СЕЛЬСКИЕ СПОРТИВНЫЕ ИГРЫ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ
РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА
(НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)**

Наймушина Т.Ю.

Удмуртский государственный университет

**RURAL SPORTS GAMES AS A PERSPECTIVE DIRECTION OF DEVELOPMENT OF
EVENT SPORT TOURISM (ON THE EXAMPLE OF THE UDMURT REPUBLIC)**

Naymushina T.Y.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы зарождения и развития всероссийских спортивных игр и республиканских сельских спортивных игр. Удмуртия – единственный регион России, в котором более двух десятилетий проводятся зимние и летние спортивные игры. Выявлены цели, задачи, принципы, структура и организация республиканских сельских спортивных игр. На сегодняшний день летние и зимние сельские спортивные игры являются самым масштабным спортивным форумом Удмуртской Республики. С каждым годом они становятся более организованными, массовыми и красочными. Состязания проходят ежегодно. В программу соревнований включаются виды спорта, наиболее доступные для жителей сельской местности. Спортивную программу игр дополняет широкая культурная программа для гостей и участников соревнований, местных жителей. Республиканские сельские спортивные игры стали ярким и резонансным событием, получившим высокую оценку в других регионах и на федеральном уровне. Республиканские сельские спортивные игры могут стать перспективным направлением для развития событийного спортивного туризма в Удмуртии.

Abstract: The article discusses questions of origin and development of national sports games and national rural sports games. Udmurtia – the only region in which for more than two decades winter and summer sports games are conducted. Goals, objectives, principles, structure and organization of the Republican rural sports are identified. Nowadays, summer and winter rural sports are the biggest sports forum of the Udmurt Republic. With each passing year they become more organized, massive and colorful. Competitions are held every year. The program included sports competitions, which are the most accessible for people in rural areas. Games sports program complements the wide cultural program for the guests, participants and local residents of the competition. The Republican rural sports became bright and resonant event, received high score in other regions and at the Federal level. The Republican rural sports can become very perspective development course of event sports tourism in the Udmurt Republic.

Ключевые слова: сельские спортивные игры, Удмуртская Республика.

Key words: rural sports games, the Udmurt Republic.

История официальных спортивных мероприятий среди жителей российской деревни уходит в предвоенные годы. Она связана с созданием спортивных обществ в стране. Начиналось все с того, что совет народных комиссаров бывшего СССР 14 мая 1936 года принял решение о передаче вопросов физической культуры и спорта в ведение профсоюзов. В связи с этим в том же месяце ВЦСПС принял постановление об образовании сельских Добровольных Спортивных Обществ с главной задачей – укрепление низового коллектива как основного звена физкультурного движения, создание твердого членства, повышение дисциплины среди физкультурников, развитие у них инициативы, творчества [1].

Первая российская совхозная Спартакиада была проведена в 1935-1936 гг. Ей предшествовали Спартакиады в совхозах, МТС, потребительских союзах различных регионов страны. Летом 1936 года состоялось более 40 республиканских, краевых и областных Спартакиад, в финале которых стартовали свыше 12 тыс. человек. Они стали двигателями всей спортивной жизни российского села.

Спартакиады рождали интересные инициативы сельских физкультурников. Например, в мае 1935 года состоялся велопробег по маршруту: станица Красноармейская (Азово-Черноморский край) – Москва. Состав команды – 17 человек, одна из них женщина. За 11 дней был пройден путь в 2 тыс. км. В том же году велосипедисты Алтайского края провели пробег протяженностью уже более 3900 км от села Завьялово до Москвы. Двумя годами позже девять колхозников Кабардино – Балкарской АССР совершили байдарочный поход по маршруту: горные реки Урвань – Баксан – Малка – Терек – Каспийское море – Волга – канал им. Москвы. В 1935 году уже около 3 млн. рабочих, служащих и сельской интеллигенции были вовлечены в регулярные занятия физической культурой и народными видами спорта [2].

В сельской местности стали появляться капитальные спортивные объекты, в ряде совхозов была введена штатная должность инструктора по физической культуре. Действенная помощь физкультурным организациям деревни оказывалась к подготовке общественного актива.

Совет Министров РСФСР 15 декабря 1950 года принял постановление о создании в республике общества «Колхозник». 26 марта 1951 года состоялся учредительный съезд, на котором был утвержден устав, избраны руководящие органы общества. В апреле 1956 года было принято решение о создании единого республиканского сельского спортивного общества [3].

Физическая культура и спорт в деревне превращались в один из важных факторов профилактики заболеваний, укрепления здоровья людей, их трудового, нравственного воспитания, повышения производственной и общественной активности, разумного проведения свободного времени, общения, закрепления молодежи в родных селах. Вовлечение новых контингентов в занятия физической культурой, улучшение учебно-тренировочного процесса, укрепление материально-финансовой базы, увеличение числа специалистов способствовали выявлению талантливой молодежи, росту ее мастерства, пополнению сборных команд.

Массовость народного спорта, талант и трудолюбие позволили представителям деревни стать чемпионами России, СССР, Европы, мира, Олимпийских игр. Среди них – Али Алиев, Галина Кулакова, Роман Дмитриев, Раиса Сметанина, Владимир Барнашов, Ардальон Игнатьев, Николай Зимятов, Тамара Тихонова, Нина Садовая, Вячеслав Веденин, Елена Николаева, Иван Ярыгин и многие другие.

В деревне стали строиться спортивные объекты, на которых проводились первенства по различным видам спорта не только российского, всесоюзного, но и международного масштабов.

Спортивная общественность российской деревни, руководители производственных коллективов агропромышленного комплекса активно выступали за возрождение соревнований Всероссийских сельских спортивных игр.

Комплексные спортивные мероприятия для физкультурников сельских районов Удмуртии начали проводиться в конце 1980-х годов [4]. Пионером в организации мероприятий такого рода стал один из районов республики – Увинский, – впервые игры здесь прошли в 1987 году. По примеру увинцев сельские спортивные игры в последующие годы были проведены в Сарапульском, Завьяловском и некоторых других сельских районах республики.

Госкомспорт Удмуртской Республики сразу же поддержал инициативу сельских районов и принял решение о проведении республиканских сельских спортивных игр, с чем и обратился к Правительству Удмуртии. Это решение получило полную поддержку со стороны Республиканских властей. В 1992 году было подписано постановление Совета Министров Удмуртской Республики «О проведении первых Республиканских сельских спортивных игр». В этом постановлении уже тогда были обозначены некоторые из основных принципов проведения игр, в частности включать в программу соревнований

виды спорта, наиболее доступные для жителей сельской местности, проведение их поочередно в разных районах республики.

Летом этого же года в с. Сигаево, Сарапульского района были проведены первые Республиканские сельские спортивные игры. Выбор проведения этих игр был не случаен. В те годы руководство района уделяли большое внимание строительству спортивных сооружений на центральных усадьбах колхозов. В программу игр были включены соревнования по 7 видам спорта, проходили они на имевшейся в селе небольшой спортивной базе.

Игры вызвали большой интерес у сельских спортсменов республики и жителей района, принимавшего соревнования, поэтому было решено проводить сельские спортивные игры в республике ежегодно. С каждым годом они становятся более организованными, массовыми и красочными.

Постепенно выработалась определенная система проведения республиканских сельских спортивных игр, основные принципы её состоят в следующем. Игры проводятся под эгидой и непосредственным руководством Президента и Правительства Удмуртской Республики, Государственного Совета Удмуртской Республики. Ежегодно проводятся летние и зимние игры. Основанием для принятия решения о месте их проведения служат показатели социально-экономического развития. В местах проведения игр осуществляются строительство спортивных сооружений или ремонт и реконструкция имеющихся объектов. Проведение игр основывается на развитии спорта на селе в масштабе всей республики, сами соревнования проводятся как многоуровневые: соревнования в муниципальных образованиях – районные соревнования – зональный отбор – финал (Республиканские сельские спортивные игры). Каждые Республиканские игры являются отборочными для комплектования сборной команды Удмуртии на Всероссийские сельские спортивные игры [5].

На летних играх в программу включены такие виды спорта как легкая атлетика, волейбол, футбол, гиревой спорт, настольный теннис, летний полиатлон, армспорт, городошный спорт, вольная борьба, дзюдо, соревнования среди спортивных семей, а также соревнования среди руководителей и соревнования в перетягивании каната.

Спортивную программу игр дополняет широкая культурная программа для гостей и участников соревнований, местных жителей.

В Республиканских сельских спортивных играх принимают участие спортсмены всех 25 районов Удмуртии. С каждым годом количество участников игр увеличивается, через массовость повышается и уровень спортивных результатов. Многие из тех участников, которые успешно конкурируют на площадках сельских игр, становятся профессиональными спортсменами – выходят на всероссийский уровень, защищают честь страны на Европейских и Мировых аренах.

С сельским спортом связаны имена выдающихся спортсменов прошлого – чемпионов и призеров Олимпийских игр лыжников Галины Кулаковой, Тамары Тихоновой, Владимира Никитина, чемпиона мира легкоатлета-марафонца Анатолия Корепанова и многих других.

Сельские спортивные игры в Удмуртии за два с лишним десятилетия с начала их активного развития (1992-2015 гг.) стали самым массовым и популярным культурно-спортивным мероприятием для селян.

В течение последних нескольких лет в населенных пунктах, которые принимают Республиканские сельские спортивные игры, проводятся и спартакиады учащихся (в рамках Всероссийской спортивно-оздоровительной программы «Президентские состязания»), введенные в эксплуатацию спортивные объекты становятся базой для воспитанников местных детско-юношеских школ и детей, занимающихся в секциях.

Игры являются важным фактором роста общественной активности спортсменов. Многие из них становятся капитанами команд, общественными тренерами, спортивными судьями, многие начинают работать в сельской местности. В целом же сельские игры в

Удмуртии стали не просто большим спортивным событием, а ярким социальным явлением.

Юбилейные 25-е летние сельские спортивные игры Удмуртской Республики прошли на территории с. Сигаево, Сарапульского района, в июле 2016 года. Для проведения соревнований было построено современное спортивное сооружение, которое предполагает стадион с синтетическим покрытием беговых дорожек, искусственное футбольное поле, а также спортивные площадки для игры волейбол, баскетбол, спортивные тренажеры (городок воркаут), площадка для игры в городки.

На сегодняшний день летние и зимние сельские спортивные игры являются самым масштабным спортивным форумом республики. Состязания проходят ежегодно и собирают более ста тысяч жителей и гостей республики. Организаторы сельских спортивных игр разрабатывают обширную культурную программу для участников и гостей игр. Безусловно, самым зрелищным и ярким культурным событием является торжественная церемония открытия.

Традиционно к освещению финальных соревнований сельских спортивных игр привлекаются все ведущие средства массовой информации Удмуртской Республики. С целью расширения деятельности по информационному сопровождению игр реализован специальный проект – в дни проведения игр осуществляет работу выездная редакция «Российской газеты». Проводятся круглые столы и многочисленные интервью с участниками и почетными гостями мероприятий. Осуществляются прямые видеотрансляции самых зрелищных соревнований на нескольких интернет-порталах. Усилиями специалистов телерадиокомпании «Моя Удмуртия» организуется телевизионная трансляция церемонии открытия сельских игр. Все это способствует продвижению положительного туристского имиджа Удмуртской Республики по формированию событийного спортивного туризма.

Удмуртия – единственный регион России, в котором более двух десятилетий проводятся зимние и летние спортивные игры. Республиканские сельские спортивные игры стали ярким и резонансным событием, получившим высокую оценку в других регионах и на федеральном уровне. Республиканские сельские спортивные игры имеют все шансы стать перспективным направлением для развития событийного спортивного туризма в Удмуртии.

Список использованных источников

1. Соколова М.В. История туризма. – М., 2012. – 352 с.
2. Пасечный П.С., Фадеев Б.Г. Основы организации и управления самостоятельным туризмом. – М.: ЦРИБ Турист, 1980. – 63 с.
3. Федотов Ю.Н., Востоков И.Е. Спортивно-оздоровительный туризм. – М.: Советский спорт, 2002. – 364 с.
4. Баталова Л.В., Васильева Л.В. Туризм в Удмуртии: история и современность. – Ижевск, 2012. – 444 с.
5. <http://sportturizm.udmurt.ru> – официальный сайт Министерства по физической культуре, спорту и молодежной политике Удмуртской Республики.

**СПОРТИВНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ РЕГИОНА КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ
ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

Овчинникова Т.А.

Центр истории спорта города Ижевска

**SPORT ACHIEVEMENTS OF THE REGION AS A RESOURCE DEVELOPMENT
OF TOURISM IN UDMURT REPUBLIC**

Ovchinnikova T.A.

Center of sport history Izhevsk city

Аннотация: Достижения легендарных спортсменов можно рассматривать как один из брендов региона. Заслуги любого знаменитого спортсмена могут стать основой для формирования целого туристического маршрута по его родной земле. Удмуртия подарила миру множество именитых спортсменов, и на ее территории находится целый ряд знаковых спортивных объектов, посещение которых на данный момент представлено на рынке туристских услуг только в виде отдельных экскурсий.

Abstract: Achievements of the legendary athletes can be considered as one of the brands in the region. The merits of any famous athlete may be the basis for the formation of a tourist route in his native land. Udmurtia gave the world set of eminent sportsmen, and in its territory there are a lot of significant sports objects. at the moment visiting of them is presented in the market of tourist services only in the form of separate excursions.

Ключевые слова: Спорт, спорт Удмуртии, спортсмены Удмуртии, музеи спорта, центр истории спорта Ижевска, спортивный туризм, спортивные объекты, спортивная слава.

Key words: Sport, sport of Udmurtia, athletes Udmurtia, sport museum, Center of sport history of Izhevsk, sports tourism, sports facilities, sport glory.

Одной из отличительных особенностей современной Удмуртии по праву можно считать ее знаменитых спортсменов. Такие имена, как Галина Кулакова, Тамара Тихонова, Валерий Медведцев, Максим Вылегжанин, Иван Черезов и многие другие известны любителям спорта по всему миру. Для нашего же региона – это не просто российские спортсмены, представляющие Родину на международных соревнованиях различного ранга – это наши земляки и настоящая гордость Удмуртской Республики.

Спортивные состязания с давних времен являются одним из самых крупных увлечений человечества, а представители различных видов спорта – кумирами миллионов. Спорт можно считать одним из немногих видов досуга, который никогда не выходит из моды, и даже наоборот – с каждым днем притягивает все большее количество неравнодушных болельщиков, будущих чемпионов и простых любителей. Следовательно, история такого массового увлечения должна не просто систематизироваться в специально отведенных учреждениях, но и использоваться в качестве туристского бренда региона.

Музеи спортивной тематики – явление для России не новое. Они существуют и успешно функционируют в Москве (Центральный музей физической культуры и спорта, Современный музей спорта), Мурманске (Музей истории Полярных Олимпиад), Самаре (Музей самарского футбола), Калининграде (Музей спорта), Казани (Музей спорта Республики Татарстан имени Ш.Х. Галеева), Сочи (Музей спортивной славы города Сочи) и других городах.

Любой музей представляет собой важный туристический объект, поскольку аккумулирует в себе определенные сведения, имеющие значение для истории и культуры. Сбор и систематизация спортивных достижений не менее важна для региона, чем другие культурные явления. В спорте есть свои нормы и традиции. Большие надежды

возлагаются на спорт и в плане нравственного воспитания общества. Сегодня спортивные победы воспринимаются как национальная гордость, воплощая в себе ценности патриотизма. Прививая эти ценности массовому сознанию, общество решает определенные социальные задачи. Именно поэтому спортивные достижения стоит рассматривать как особую ценность, а их творцов – как национальное достояние.

ИСОМ не выделяет музеи спорта в отдельную группу, а из существующих классификаций их можно отнести к историческим. В отличие от музеев, связанных с искусством, где центральная роль отводится объекту показа, представляющему экономическую ценность, музеи спорта имеют иную специфику: они существуют для информирования и просвещения посетителей. Они привлекают аудиторию с помощью предметов из мира спорта, различных мультимедийных презентаций и реальных мероприятий [1].

Человеку, изучающему историю спорта, достаточно сложно отыскать актуальные сведения об интересующих спортсменах и их победах: издаваемые книги и учебники очень быстро устаревают, поскольку спорт развивается очень быстро, а информация, опубликованная в сети Интернет – далеко не всегда обладает достоверностью. Многие когда-то знаменитые спортсмены забываются на фоне успехов молодых. Особенно сложно проследить историю развития спорта в конкретно взятом регионе – сведения о чемпионах и участниках различных соревнований хранятся разрозненно, а зачастую – только в памяти тех, кто был к ним причастен. Сбор и систематизация всей истории спорта определенного региона, в данном случае Удмуртии, – задача непростая, подразумевающая не только изучение литературы и источников, но и личное общение со многими людьми: ветеранами спорта, действующими спортсменами, их тренерами, родственниками, представителями спортивных обществ и школ. Эту работу достаточно сложно проделать простому любителю без посторонней помощи. Систематизированный сбор информации об истории спорта в регионе и ее предоставление всеобщему обозрению пробуждает интерес к дальнейшему изучению этого вопроса, вызывает желание посещать места, связанные с героями спорта, знакомиться с ними лично. Успешные и знаменитые спортсмены имеют множество поклонников по всему миру. Следовательно, создание музеев, усадеб или спорткомплексов в их честь способно привлекать новых туристов на их Родину, а создание информационных центров, специализирующихся на истории всего регионального спорта – популяризировать их, а также и менее известных спортсменов.

В музеях, посвященных спорту, есть важная особенность: исторически значимые спортивные события отражаются не только в текстовом виде, но и с помощью экспонатов, среди которых могут быть представлены уникальные предметы из мира спорта: подлинные награды великих спортсменов, их личные вещи, талисманы, предметы спортивного инвентаря. Наличие экспонатов и делает подобные учреждения полноценными музеями, поскольку дает возможность ознакомиться с информацией наглядно.

Удачным решением для сбора всей информации о спорте Удмуртии в едином пространстве и демонстрации его наивысших результатов, послужило создание «Центра истории спорта» (далее – МБУ ЦИС) при Управлении по физической культуре и спорту Администрации города Ижевска 5 октября 2007 года. Инициатива основания данного учреждения принадлежала начальнику Управления по ФКиС Татьяне Александровне Пензиной, заместителю главы Администрации города Ижевска Сергею Владимировичу Протозанову и заслуженному работнику физической культуры России и Удмуртии, мастеру спорта по греко-римской и вольной борьбе Валерию Васильевичу Докучаеву, ставшему первым директором музея.

Основными целями создания Центра стали: сохранение исторического наследия физической культуры и спорта города Ижевска; выявление, приобретение, формирование, хранение, изучение и публичное представление предметов физической культуры и спорта, имеющих историческую ценность, публикация предметов и коллекций; образование и

патриотическое воспитания детей и молодежи; привлечение жителей города Ижевска к активным занятиям физической культурой и спортом и ведению здорового образа жизни; поднятие престижа города Ижевска как всемирно известного спортивного центра.

В десятый год своего существования Центр представляет собой активно развивающийся музей с четко поставленными задачами. В нем собраны уже более трех тысяч экспонатов, число которых регулярно пополняется. Учреждение тесно сотрудничает с действующими спортсменами и ветеранами спорта, тренерами, спортивными и общеобразовательными школами, спортивными обществами Республики, а также другими музеями и частными коллекционерами. Музей представляет собой некоммерческое учреждение – его двери открыты для посетителей совершенно бесплатно. Со дня создания МБУ ЦИС посетило уже более 60 тысяч экскурсантов, среди которых были отмечены не только жители Ижевска и районов Удмуртии, но и туристы из Москвы, Перми, Самары, Казани, Ангарска, а также гости из Украины, Норвегии, Италии, Канады.

МБУ ЦИС развивает партнерские отношения с туристскими организациями города Ижевска. На сегодняшний день он сотрудничает с турфирмой «МДС-тур», которая включает посещение Центра в свои маршруты. Руководство музея всегда открыто к новым предложениям о сотрудничестве в сфере туризма.

МБУ ЦИС собирает информацию о заслугах удмуртских спортсменов и представляет ее на всеобщее обозрение. Экспонатами музея служат награды, сувениры, спортивный инвентарь и другие предметы, свидетельствующие об успехах спортсменов. Как правило, это предметы, имеющие не высокую экономическую ценность, но обладающие серьезной социально-исторической значимостью. В залах музея они оформлены в тематические экспозиции, среди которых: «Зал олимпийской славы», посвященный участникам Олимпийских игр, «Спорт без границ», повествующий о спортсменах-инвалидах, «Ветераны физкультурного движения», знакомящий посетителей с теми, с кого начинался спорт в регионе, а также выставки, представляющие определенные виды спорта. В музее можно так же увидеть «эволюцию» спортивного инвентаря в разные годы. Рассказ экскурсовода помогает туристам проникнуться атмосферой спортивных соревнований, узнать что-то новое из мира спорта, поскольку сотрудники музея отслеживают любые изменения в нём и обновляют представленную информацию.

Именитые спортсмены по праву могут считаться одним из брендов Удмуртии, поскольку они, наравне с другими деятелями культуры, формируют положительный имидж региона, и могут способствовать его туристской привлекательности. По данным 2015 года Удмуртия заняла третье место в рейтинге субъектов РФ по развитию спорта. Об этом заявил глава Удмуртской Республики Александр Соловьев, ссылаясь на данные министерства по физической культуре, спорту и молодежной политики региона. [2] Это дает повод выразить надежду на то, что Республика продолжит создавать необходимую инфраструктуру для развития спорта и ряды успешных спортсменов будут пополняться, и, следовательно, будут расширяться не только музейные фонды, но и иные туристские объекты, связанные с историей спорта и пропагандирующие здоровый образ жизни.

Из таких объектов можно было бы составить туристский маршрут или целый ряд тематических маршрутов, поскольку в Удмуртии есть, что показать любителям спорта и спортивного туризма. Маршруты должны включать в себя экскурсионное посещение музеев и спорткомплексов, а также давать возможность туристам участвовать в открытых спортивных мероприятиях, посещать знаковые соревнования и, возможно, даже встречаться с легендами спорта Удмуртии.

МБУ ЦИС является не единственным музеем спорта в Ижевске: в 1987 году был открыт музей «Спортивная слава Удмуртии» в средней школе № 32 (ныне – МБОУ СОШ №32 с углубленным изучением отдельных предметов). Музей начинался «с нуля», но со временем экспозиции приобрели системный характер: были выделены разделы по истории развития, конькобежного, лыжного спорта, мотоспорта, велоспорта, биатлона,

легкой атлетики, гимнастики и плавания. Большой раздел посвящен ветеранам спортивного движения в Удмуртии, где представлены фотографии спортсменов и организаторов спорта довоенных и послевоенных лет, а также грамоты, наградные листы и личные вещи спортсменов участников Великой Отечественной Войны. В музее на сегодняшний день открыто два зала: первый зал – «Развитие различных видов спорта в Удмуртии», второй – «Ученики школы – действующие спортсмены». В 2007 году этот музей принял участие во Всероссийском конкурсе музеев спорта и олимпийских достижений территориальных организаций и ведомственных физкультурно-спортивных объединений, где занял 8 место, пропустив вперед государственные и муниципальные музеи [3].

Личный музей спортивной славы имеет четырехкратная олимпийская чемпионка, 39-кратная чемпионка СССР Галина Алексеевна Кулакова. «Дом-музей Галины Кулаковой» находится в селе Италмас Воткинского района Удмуртской Республики. В 2002 году администрация предложила знаменитой советской лыжнице достроить дом и открыть в новом флигеле собственный музей, и разместить в нем сотни медалей, кубков и вымпелов, которые ранее хранились в шкафах и сундуках. Галина Алексеевна согласилась и даже воссоздала в музее часть родительского дома с кованым сундуком, в который мама складывала приданое и домоткаными половиками.

Помимо этого, в 2007 году в поселке Югдон города Ижевска был открыт «Спортивно-оздоровительный лыжный комплекс имени Г.А. Кулаковой». В нём посетителям предложены услуги по организации семейного отдыха. На территории комплекса оснащены горнолыжные трассы, построенные в соответствии со всеми современными стандартами, где проводят тренировки не только любители лыжного спорта, но и профессиональные спортсмены.

Ижевск и его окрестности богат на крупные лыжные комплексы, что свидетельствует о заинтересованности населения зимними видами спорта. Огромной популярностью пользуется «Республиканский стрелково-спортивный комплекс имени генерал-майора Демидова А.М.», на территории которого посетителям предоставлены лыжные трассы (летом – лыжероллерные), стрельбище, футбольное и волейбольное поля, два спортгородка для поддержания физической формы. В простонародье комплекс Демидова именуется как «Биатлон», и это не случайно. Именно здесь находится Детско-юношеская школа олимпийского резерва по биатлону, где живут и тренируются будущие чемпионы в этом виде спорта. Важнейшим событием, проходящим на территории комплекса, являются ежегодные всероссийские соревнования по биатлону «Ижевская винтовка». Первые соревнования прошли 13 декабря 1969 года в окрестностях города Сарапула. С 1979 года они обрели постоянную «прописку» на биатлонном комплексе «Строитель», позже переименованном в «Республиканский стрелково-спортивный комплекс имени генерал-майора Демидова А.М.». На сегодняшний день «Ижевская винтовка» представляет собой особое достояние и безусловную гордость Республики, и носит статус отборочных соревнований в сборную команду к Чемпионатам Европы, Мира и Олимпийским играм, а также к этапам Кубков Мира и Европы. Именно сюда каждый год съезжается вся элита стреляющих лыжников страны, что вызывает неподдельный интерес среди интересующейся публики [4].

Перечисленные комплексы – наиболее значимые для истории спорта в Удмуртии, но далеко не единственные для проведения досуга. Многие спортивные объекты Республики организуют экскурсии для привлечения посетителей (Спортивно-туристический центр «Нечкино», Спортивный курорт «Чекерил», Ижевский ипподром и другие), а Минспорт и Управление по физической культуре и спорту Администрации города Ижевска регулярно проводит спортивные мероприятия для всех желающих: «Лыжня России», «Кросс наций», «Ижевская кругосветка», «Фестиваль скандинавской ходьбы», велопарады, сдачу норм ГТО и прочее.

Таким образом, физическая культура и спорт в Удмуртии активно развиваются, что, несомненно, играет большую роль в формировании имиджа Республики, а, следовательно, может способствовать ее туристской привлекательности и рассмотрению ее спортивной славы как бренда региона.

Очевидно, что такое популярное явление, как спорт – очень важно в жизни современного общества, поэтому те регионы, которые имеют богатую спортивную историю – должны четко систематизировать ее в специальных учреждениях и развивать соответствующие туристские маршруты, проходящие по наиболее значимым местам спортивной славы и объектам, пропагандирующим занятия спортом.

Грамотно составленные туры по спортивным объектам будут способствовать широкому представлению публике высших достижений региона в области спорта, привлечению туристов, интересующихся спортом, как среди местного населения, так и среди приезжего, а также популяризации здорового образа жизни в целом.

На данный момент туров по Удмуртии, посвященных исключительно спортивной тематике, на рынке туристских услуг практически не представлено. Предложения турфирм в основном ограничиваются экскурсиями на тот или иной объект, не связанными между собой.

Список использованных источников

1. Вакер К. Роль олимпийских музеев в культуре и образовании // Наука в олимпийском спорте. – №2. – 2013 г.
2. Удмуртия занимает 3 место в рейтинге субъектов РФ по развитию спорта. – Режим доступа: http://www.gorodfm.net/news/sport/sport_5675.html?template=129.
3. Образовательная программа деятельности музея МОУ СОШ №32 «Спортивная слава Удмуртии». – Режим доступа: http://ciur.ru/izh/s32_izh.
4. <http://biathlon18.ru> – официальный сайт «Республиканского стрелково-спортивного комплекса имени генерал-майора Демидова А.М.

УДК 338.48(470.51)(045)

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САМОДЕЯТЕЛЬНОГО ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)

Галанова Н.А.

Удмуртский государственный университет

Балабанова Д.А.

Удмуртский государственный университет

STATE AND PROSPECTS OF FREE TOURISM (BY EXAMPLE OF THE UDMURT REPUBLIC)

Galanova N.A.

Udmurt State University

Balabanova D.A.

Udmurt State University

Аннотация: В статье приведены результаты исследования современного состояния самодельного выездного туризма в РФ, показана актуальность самодельного выездного туризма для населения Удмуртии.

Abstract: In the article the results of the research of the current state of free tourism in Russian Federation are described, and also the relevance of free tourism for the population of Udmurtia is shown.

Ключевые слова: информационные технологии в туризме, самостоятельный туризм, самодетельный туризм, востребованность самостоятельного туризма, востребованность самодетельного туризма.

Key words: information technologies in tourism, independent tourism, free tourism, demand of independent tourism, demand of free tourism.

Современный туризм является глобальным компьютеризированным бизнесом. В данном бизнесе участвуют крупные авиакомпании, комплексы гостиниц и туристические фирмы всего мира. Благодаря информационным технологиям туристический продукт становится более индивидуальным и гибким, а также более доступным для каждого потребителя. В этой связи все более распространенным явлением в сфере туризма становятся самостоятельные путешествия.

«Рынок самостоятельного туризма увеличивается в России в два раза ежегодно, а объем продаж туристских услуг через Интернет вырос за 2015 год на 8%, в то время как традиционные способы реализации офлайн-продажи увеличились только на 1%». На Западе независимые путешествия уже давно рассматриваются как отдельный сегмент туристского рынка. В Америке онлайн-путешествия занимают такую же долю рынка, как и электронная коммерция.

В России сегмент онлайн-путешествий – это всего лишь 10-20% от всей электронной торговли в целом. Однако тенденции таковы, что телекоммуникации все больше интегрируются в жизнь российского населения, растет активность людей, которые уже пользуются Интернетом. В России к 2016 году 100 млн. жителей будут иметь доступ к глобальной сети, и все больше к этому источнику информации обращаются не только для решения информационных задач, но и для осуществления платежей, совершения покупок. Еще одним столпом самостоятельных путешествий международные платежные системы, такие как Visa, MasterCard, American Express и др.

В Интернете появляется все большее разнообразие сервисов, которые группируют, структурируют информацию, пытаются улучшить методы обработки и поиска интересующего предложения. «Интернет помогает развиваться небольшим игрокам на рынке авиаперевозок и отелей. Небольшие семейные отели и недорогие перевозчики, которым трудно было работать с агентами из-за высоких комиссий и высокой конкуренции со стороны крупных игроков, получают возможность донести свои предложения до широкой аудитории без больших затрат на рекламу». Наиболее значительную аудиторию потенциальных туристов собирают крупные туристские порталы, такие как: «Time2Travel.ru», «100 дорог», «Travel.ru» и «Туристический маяк».

В настоящее время организовать туристическое путешествие почти в любую точку мира можно за считанные минуты. Во многих случаях потребуется только забронировать отель и купить билет, рассчитавшись по банковской карте. С появлением всевозможных тематических сайтов, Интернет-сообществ, возникновением блогов, и развитием форумов, самостоятельным путешественникам стал доступен обмен информацией и опытом, что играет огромную роль при планировании поездок. Туристы, которые предпочитают такой вид отдыха, часто кооперируются на тематических сайтах и форумах, где делятся впечатлениями и рассказывают своим «коллегам» о некоторых секретах своих поездок. Путешественники начинают доверять мнениям других людей, побывавших в путешествии и испробовавших на себе заказанные услуги. Принятие решения по покупке тура стало зависимо от отзывов других туристов. При столь огромном выборе клиенту предлагается самостоятельно сравнить отели, выбрать наиболее удобный вид транспорта и приобрести билет, исключая из этого процесса туроператора.

Таким образом, технологический прогресс, глобализация информации становятся важными причинами развития туризма. Глобальная экономика зависит от трех основных отраслей сферы услуг: информационные технологии, телекоммуникации и туризм.

В 2016 г. в рамках магистерской диссертации по программе «Общая теория туризма и туристской индустрии» в Удмуртском государственном университете студенткой Балабановой Д.А. проведено исследование, позволившее охарактеризовать современное состояние самостоятельного выездного туризма в Российской Федерации. На примере Удмуртской Республики изучена актуальность самостоятельного выездного туризма для населения региона. Получены интересные данные, которыми мы и хотим поделиться с нашим читателем в данной статье. Приведем основные положения и выводы этой работы.

Первым направлением исследования стал анализ отзывов о самостоятельно организованных путешествиях, размещенных в сети Интернет. Самостоятельных туристов не просто учитывать и формировать по ним статистику, поэтому для анализа проблем и особенностей самостоятельного туризма за основу были взяты туристские отзывы, размещенные на различных сайтах. Всего было проанализировано 112 отзывов самостоятельных туристов, размещенных ими на специализированных туристских сайтах в период 2014-2016 гг., таких как: www.otzovik.com – проанализировано 23 отзыва, www.tripadvisor.ru – 15 отзывов, www.tourdom.ru – 4 отзыва, www.forum.awd.ru – 44 отзывов, www.tourister.ru – 5 отзывов, www.100dorog.ru – 13 отзывов, www.ayda.ru – 2 отзыва, www.otkuda.ru – 6 отзывов.

Все изученные отзывы описывают самостоятельные путешествия или в целом отражают отношение участников к такому виду туризма, включают разные аспекты туристского опыта, являются разными по объему. Тексты отзывов проанализированы при помощи контент-анализа на основании категорий, выделенных нами. Дополнительно мы попытались выяснить причины организации самостоятельного тура участниками форумов и их ключевые впечатления о поездке.

На основе собранной информации были сформированы основные критерии, привлекающие туристов самостоятельно ехать за границу, отказавшись от услуг посредников. На этапе определения основных понятий были выделены следующие наиболее упоминаемые категории:

1. Экономия финансов и времени на отдых;
2. Независимость от туроператора и турфирмы;
3. Свобода передвижения, составление маршрута по своему усмотрению;
4. Бронирование (организация), не выходя из дома;
5. Независимость и свободный выбор отелей;
6. Получение ценного опыта;

На основе обработки информации были получены результаты, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Данные контент-анализа отзывов туристов

Критерии	Частота	Доля, %
Цена ниже, чем у туроператоров на 30%	90	80
Свобода передвижения	80	71
Независимость от туроператора	75	67
Бронирование не выходя из дома	105	94
Независимость и свобода выбора	89	79
Получение опыта	64	57
Понравилось путешествовать самостоятельно (поиск, бронирование, оформление визы, выбор экскурсий)	83	74

Не понравилось путешествовать самостоятельно (возникли проблемы с питанием, экскурсиями и др.)	29	26
Проблем с поиском и бронированием не возникло	58	52

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод, что в 80% из числа обработанных отзывов, утверждается, что самостоятельный туризм обходится на 30% дешевле, чем услуга туроператора.

71% обработанных отзывов апеллируют к свободе передвижения, «хочу еду на экскурсию, хочу иду в горы», «не надо спешить в отель на обед или ужин», и т.п.

94% осуществляли поиск тура и бронирование авиабилетов и отеля через Интернет, не выходя из дома. Кто-то пишет, что первоначально боялся электронного бронирования, но попробовав один раз, «страх ушел». Нужно сказать, что большая часть приверженцев путешествий и отдыха через туроператора, именно испытывают страх перед самостоятельным путешествием, по причине чего они готовы платить больше за услуги туроператора. Стоит также отметить, что, как правило, одного самостоятельного путешествия хватает, чтобы туристы уже не рассматривали в дальнейшем другой вариант (через туроператора). О том, что понравилось путешествовать самостоятельно, говорят 74% отзывов путешественников.

Среди отзывов о самостоятельном туризме есть и такие 26%, которые были, вероятно, неудачными или, как любят говорить в нашей стране, «первый блин комом». С тех пор эти путешественники крайне негативно относятся к самостоятельному туризму, принимая во внимание свой первый опыт и будут в дальнейшем, скорее всего, путешествовать через туроператора.

Среди исследуемых отзывов в 52% случаях не возникло трудностей с поиском, бронированием, оформлением визы.

Каждый человек организует свой туризм, в зависимости от своих потребностей и возможностей. Далее рассмотрим самые популярные вопросы, которые обсуждаются в сети Интернет, на тему организации самостоятельных зарубежных путешествий, а также глазами очевидцев покажем для кого какие нюансы планирования отдыха наиболее приоритетны.

Ключевые моменты отзывов представлены в таблице 2 и касаются, прежде всего, таких аспектов, как:

1. Необходимый бюджет;
2. Транспорт;
3. Визы: самостоятельное получение, перечень документов на визу;
4. Онлайн-бронирование отелей и хостелов;
5. Онлайн-покупка авиабилетов;
6. Маршрут путешествия;
7. Безопасность в путешествии (меры предосторожности и страховка);
8. Поиск жилья;
9. Еда (питание).

Таблица 2

Ключевые аспекты отзывов и популярные сайты бронирования услуг

Критерии	Частота	Доля, %
Необходимый бюджет	69	62
Транспорт	11	10
Визы: самостоятельное получение, перечень документов на визу	49	44
Онлайн-бронирование отелей и хостелов	24	21
Онлайн-покупка авиабилетов	77	69
Маршрут путешествия	34	30
Безопасность в путешествии (меры предосторожности и страховка)	28	25
Поиск жилья	43	38
Еда (питание)	11	10
Сайты для бронирования авиабилетов		
-www.skyscanner.ru	49	44
- www.aviasales.ru	40	36
- другие	23	20
Самые популярные сайты для бронирования отелей, хостелов		
- booking.com	50	45
- hotellook.ru	23	20
- другие	39	35
Аренда автомобиля	6	5
Путеводители	36	32
Найти попутчика	9	8
Достопримечательности	29	26

Данные сводной таблицы о ключевых аспектах в организации самостоятельного путешествия свидетельствуют, что: 62% изученных, отзывов, говорят, что для самостоятельного туризма необходимо иметь определенный бюджет, который складывается из финансовых возможностей туриста, его плановых расходов на оформление документов, билетов, страховки, питания и проживания, а также из суммы на непредвиденные обстоятельства. 10% отмечают, что необходимо иметь транспорт или заняться его поиском, для независимого передвижения в месте пребывания. Вопрос оформления документов и визы выделяют 44% из числа проанализированных отзывов. 21% уделяют особое внимание онлайн-бронированию отелей и хостелов, и 69% – онлайн-бронированию авиабилетов. Необходимость планирования маршрута путешествия отмечают 30% из числа опрошенных. Для 25% важны меры безопасности, включая страховку. Поиском жилья обеспокоены 38%, 10% видят проблему в питании. Среди 45% отзывов о самостоятельном туризме звучит название сайта booking.com. В качестве Интернет-ресурса для приобретения дешевых авиабилетов 44% рекомендуют сайт www.skyscanner.ru, 36% – www.aviasales.ru. Аренда автомобиля интересует лишь 5% из числа опрошенных. В поиске попутчика заинтересованы 8% путешественников.

Вторая часть исследовательской работы была направлена на изучение осведомленности населения Удмуртской Республики в области самостоятельного выездного туризма. С этой целью разработана анкета, которая реализована при помощи специального сервиса для проведения онлайн-опросов Testograf.ru. Ссылка на анкету была размещена в свободном доступе в социальной сети Vkontakte.ru в сообществе «Самостоятельные путешественники в Ижевске» (для справки: в данный момент в этом сообществе состоит 760 участников). Опрос проведен в течении мая-июня 2016 г., общее

количество участников составило 93 человека. Из числа опрошенных 84% являются жителями города Ижевска, остальная часть – это жители районов Удмуртии. Среди опрошенных 41% – это мужчины и женщины в возрасте от 22 до 35 лет, 32% – 36-45 лет, 24% – свыше 45 лет и 3% – пользователи до 20 лет. Отслеживание данных по гендерному признаку не проводилось. По уровню дохода респонденты распределились следующим образом: 74% считают, что у них средний доход, 3% – высокий и 23% – низкий. Цель опроса – определить степень востребованности самостоятельного выездного туризма среди жителей Удмуртии. Приведем результаты этого опроса.

На первый вопрос: «Путешествуете ли Вы за рубеж и как часто?» (рис. 1) получены следующие ответы: 28% из числа опрошенных регулярно выезжают за рубеж, 27% выезжают время от времени, 17% не выезжают за рубеж, 16% были всего 1 раз, 12% – свой вариант.

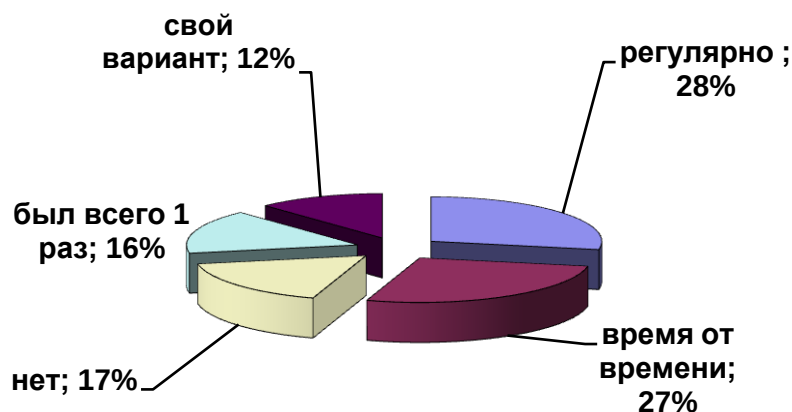


Рис. 1. Результаты ответа на вопрос: «Путешествуете ли Вы за рубеж и как часто?»

Рассмотрим результаты ответа на второй вопрос: «Приходилось ли Вам выезжать за границу, не обращаясь к туроператорам?» (рис. 2). 69% никогда не выезжали за границу самостоятельно, а пользовались для поездок услугами туроператоров, лишь 31% выезжали за границу, не обращаясь в турагентство. Таким образом, большая часть опрошенных выезжали за рубеж через турфирму.

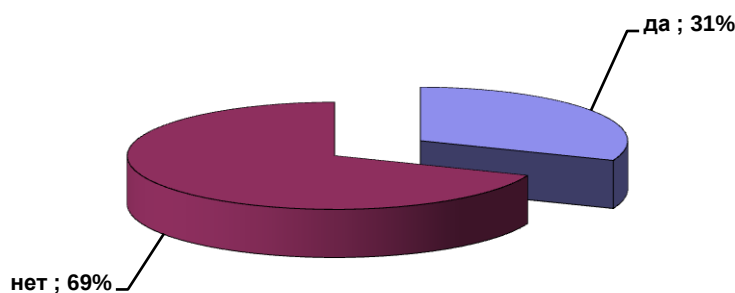


Рис. 2. Результаты ответа на вопрос: «Приходилось ли Вам выезжать за границу, не обращаясь к туроператорам?»

Ниже отражены результаты ответа на вопрос: «Какова была цель поездки выезда за рубеж без обращения к туроператору?» (рис. 3). 73% выезжают за рубеж по делам фирмы,

17% на отдых, 4% с целью поиска работы и 6% по другим причинам. Таким образом, основная масса выезжает за рубеж без обращения к туроператору по работе.

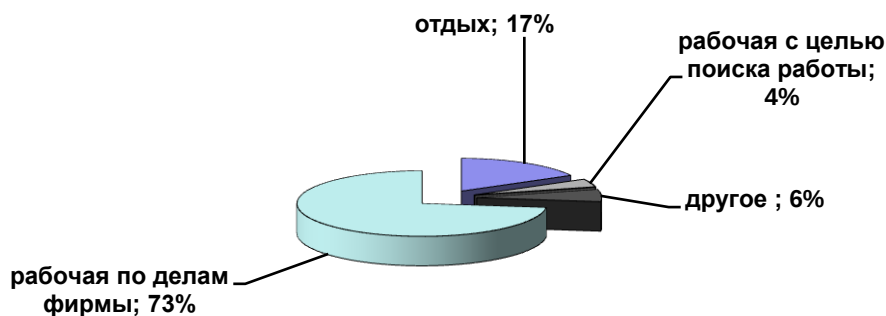


Рис. 3. Результаты ответа на вопрос: «Какова была цель поездки выезда за рубеж без обращения к туроператору?»

Рассмотрим страны, в которые был выезд без обращения к туроператору (рис. 4). 38% из числа опрошенных выезжали без обращения к туроператору в страны ЕС, 17% в Индию, 35% – страны СНГ, 3% – в Египет, 3% – в Турцию, 2% – в США и 1% – в Канаду. Таким образом, большая часть респондентов выезжали в страны ЕС.

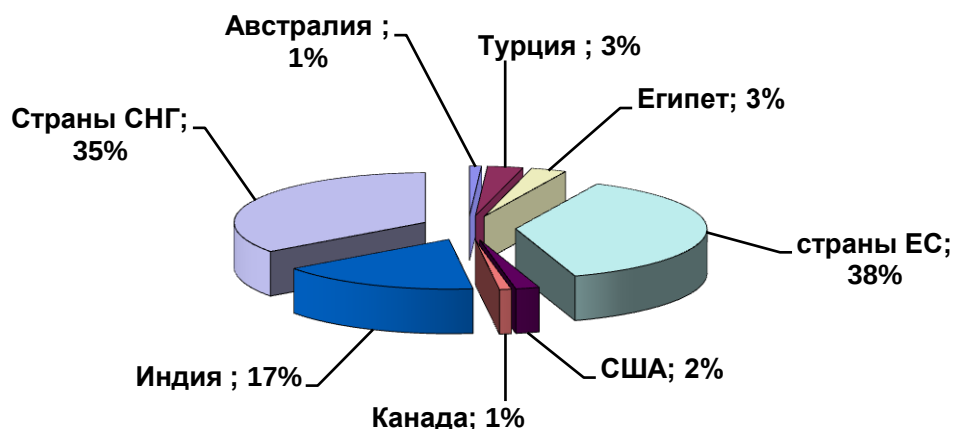


Рис. 4. Страны, в которые был выезд без обращения к туроператору

Рассмотрим результаты ответа на вопрос: «Если страна визовая, то кто занимался ее оформлением?» (рис. 5). Все, кто выезжал на отдых, без обращения к туроператору лично занимались оформлением визы – 11%, все кто выезжал за рубеж по деловой поездке оформил визу на предприятии 74%, 11% оформляли визу через визовый центр и лишь 4% оформляли визу через турфирму.

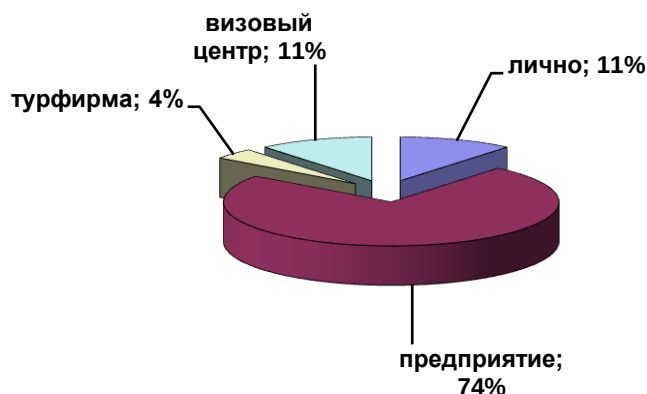


Рис. 5. Результаты ответа на вопрос: «Кто занимался оформлением визы?»

На вопрос 6 все участники ответили, что при выезде за границу оформляли страховку.

Никто из числа опрошенных не назвал Интернет-ресурсы и сайты, которыми они пользовались во время подготовки к выезду.

Рассмотрим результаты ответа на вопрос: «Знаете ли Вы значение терминов каучсерфинг, бэкпекинг?» (рис. 6). Как видно, лишь 6% ответили положительно, остальные 94% не знают значение данных понятий.

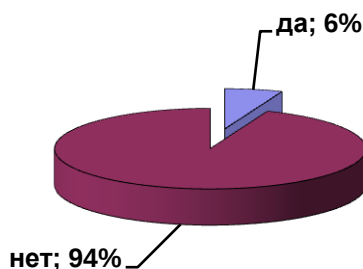


Рис. 6. Результаты ответа на вопрос: «Знаете ли Вы значение терминов каучсёрфинг, бэкпекинг?»

Анкетный опрос проводился на туристическом сайте, где публика более или менее информирована, о чем идет речь. Однако, опрос показал, что никто не смог назвать точно какими Интернет-ресурсами пользовался. Это говорит о том, что население не запоминает нужные Интернет-сайты. Кроме того, большая часть опрошенных не знает значение вышеназванных терминов. Из числа опрошенных большая часть выезжает самостоятельно за границу по рабочим вопросам. Оформлением документов при этом занимается предприятие. Очевидно, что именно эта часть респондентов не заинтересована в запоминании Интернет-ресурсов, изучение описываемых понятий.

Как показал опрос, в республике основная масса выезжающих за границу на отдых пользуется услугами туроператоров. Таким образом, на данный момент в регионе ситуация такова, что до популярности самостоятельного туризма еще далеко. Вполне вероятно, что такое положение вещей связано, в большей степени, с тем, что основная часть населения не обладает достаточной информацией о возможности самостоятельной организации путешествий. К тому же независимые путешествия требуют специальной

предварительной подготовки, определенных усилий и затрат времени на его планирование и организацию, что может останавливать некоторых начинающих путешественников.

В целом самостоятельные путешествия отражают стремление части людей к независимости и свободе. Таким образом, самостоятельные путешественники уходят от массового туризма, в значительной степени нивелирующего индивидуальные особенности и различия между людьми, и прибегают к самостоятельному туризму, как к более гибкому инструменту организации отдыха, позволяющему точнее и тоньше учитывать всевозможные нюансы.

Туризм – одна из самых быстро растущих областей российского Интернета. Хотя пока общая посещаемость сайтов в категории «Путешествия» составляет менее 2% общего трафика в Интернете, многие специалисты считают, что будущее за бронированием туристских услуг через Интернет. «Рынок самостоятельного туризма увеличивается в России в два раза ежегодно, а объем продаж туристских услуг через Интернет вырос за 2015 год на 8%, в то время как традиционные способы реализации офлайн-продажи увеличились только на 1%». Впрочем, самостоятельных туристов среди многомиллионной армии российских путешественников пока немного.

Список использованных источников

1. 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).

2. ГОСТ Р 50644 – 2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов» от 15.12.2009 г. № 773.

3. Захаров П.П. Начальная подготовка альпинистов. Часть I. Введение / Под общей ред. П.П. Захарова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: СпортАкадемПресс, 2013. – 296 с.

РАЗДЕЛ 5
ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕКРЕАЦИОННОГО
ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ И ТУРИЗМА

УДК 502|504:338.48(045)

ОСНОВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО
ЭКОТУРИЗМА: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ

Крутихина А.Н.

Удмуртский государственный университет

COMPARATIVE ANALYSIS OF BASIC CONCEPTS AND DIRECTIONS OF
MODERN ECOTOURISM

Krutikhina A.N.

Udmurt State University

Аннотация: Данная статья посвящена экологическому туризму, который в последнее время становится все популярнее в нашем обществе. Описаны основные подходы к выделению экологического сектора туризма. Рассматривается большое количество определений «экологического туризма», как зарубежных, так и российских ученых. Выделяются принципы и структуры экологического туризма, особенности экологических туров и программ.

Abstract: This article is dedicated to the ecotourism which recently is getting more popular in our society. The main methods of the environmental tourism sector emphasizing are described. It is considered a lot of “Ecotourism” definitions as foreign scientists as Russian ones. Also it is considered the structures of ecotourism, special aspects of ecological tours and programs.

Ключевые слова: устойчивый туризм, экологический туризм, мягкий туризм, жесткий туризм, экотуристская деятельность, экологизация.

Key words: sustainable tourism, ecotourism, soft tourism, hard tourism, ecotourism activity, environmentalization.

Международный туризм в наши дни – составляющая часть большого бизнеса. Каждый год в путешествие за границу отправляется около 700 млн человек. Кроме того, около 2,3 млрд человек проводят отпуск в своей стране. По оценкам ВТО, доходы отрасли составляют в общей сложности более 1,5 трлн долл. в год. При этом люди начинают все чаще задумываться об экологических последствиях путешествий. Не случайно Организация Объединенных Наций объявила 2002 г. «Годом экологического туризма». Но что означает понятие «экологический туризм»? [1]

Прежде чем начать анализ определений экологического туризма, следует уделить внимание вопросам, связанным с разработкой и реализацией концепции устойчивого развития. Роль экологически устойчивого туризма становится все более значимой в свете широкого внедрения международной концепции устойчивого развития. Концепция перехода общества к устойчивому развитию была принята еще в 1992 г. в Рио-де-Жанейро в ходе конференции ООН по окружающей среде и развитию. Исходя из рассматриваемых определений экологического туризма, можно сделать вывод, что в экотуризме приоритетными являются сознательное использование окружающей среды и принципы устойчивого развития. Определение устойчивого развития, согласно ВТО, звучит следующим образом: «Устойчивое развитие туризма должно удовлетворять потребности

туристов и принимающих их стран при условии сохранения и увеличения будущих возможностей, что предусматривает такое управление ресурсами, при котором экономические, социальные и эстетические нужды могли бы быть удовлетворены, в то время как культурная целостность, важные экологические процессы, биоразнообразие и системы жизнеобеспечения поддерживаются и сохраняются» [2].

Согласно определению ВТО и Всемирного Совета по туризму и путешествиям (WTTC), «устойчивый туризм отвечает потребностям как туристов, посещающих туристские центры, так и населения последних; кроме того, он предполагает обеспечение и оптимизацию перспектив будущего развития. Ресурсы используются таким образом, чтобы удовлетворить экономические, социальные и эстетические потребности, но при этом сохранить культурную уникальность, важнейшие экологические особенности, многообразие биологических видов и жизненно важные системы» [3].

В 2002 г. в Квебеке в рамках Международного года экотуризма был проведен Всемирный саммит по экотуризму. В нем приняли участие более тысячи делегатов из 132 стран, представляющих государственный, частный и неправительственный сектора. Участники саммита признают, что экотуризм строится на принципах устойчивого туризма с учетом его воздействий на экономическую, социальную и природную среды. Экотуризм также включает в себя следующие специфические принципы, которые отличают его от более широкой концепции устойчивого туризма:

- активное содействие сохранению природного и культурного наследия;
- привлечение местных и коренных сообществ к планированию, развитию и осуществлению экотуристской деятельности, которая способствует повышению их благосостояния;
- разъяснение туристам значения природного и культурного наследия посещаемых турцентров;
- направленность на индивидуальных путешественников и организованные туристские группы небольшого размера [4].

Когда говорят о путешествиях в природу, то часто применяют термин «экотуризм». Между тем экотуризм, с одной стороны, – это ниша на туристском рынке, имеющая высокие темпы роста, а с другой – концепция, положение которой шире понятия совместимости (имеется в виду положительное воздействие человека на природу) [6]. Экотуризм является составной частью природного туризма, который по объему больше, чем ниша рынка и не концепция, а конкретный вид туризма, воздействие которого может быть очень различным (от явно негативного до нейтрального и положительного). Кстати, понятие «экотуризм» широко используется в современной деятельности заповедных зон и природных парков. Бурный рост этого вида путешествия в мире на протяжении последних десятилетий объясняется не только ухудшением состояния окружающей среды, но и все большим «окультуриванием» популярных районов отдыха – горных курортов, побережий теплых морей, использованием для сельских нужд равнин и полесий [5].

Многообразие терминов отвечает широта содержания и множественность конкретных форм деятельности в этой новой области индустрии туризма. Существует немало определений экотуризма, каждое из которых выявляет те или иные важные аспекты. В совокупности эти определения достаточно полно описывают и разнообразие, и эволюцию представлений о целях и задачах новой туристской отрасли.

Особо выделим из представленного ниже множества четыре определения, наиболее известные и широко дискутирующиеся в немецкоязычной литературе. Эти определения выработывались на протяжении двух последних десятилетий прежде всего в альпийских странах, испытавших тяжелые негативные последствия бурно развивавшегося там массового туризма. Они последовательно и подробно проанализированы в книге Ingo Mose (1988), по которой и цитируются ниже.

В соответствии с определением Й. Криппендорфа (J. Krippendorf), главная цель новой политики туризма, первоначально названного этим автором тихим, или спокойным,

туризмом, состоит в том, чтобы «долговременно обеспечивать физический и духовный отдых возможно большему числу людей в непосредственном контакте с ландшафтом, а также в отвечающих ландшафту и потребностям отдыхающих формах поселений с учетом долговременных интересов местных жителей» [6].

В определении, предложенном П. Хасслахером (P. Hasslacher), названы четыре «стратегических» компонента, наличие и взаимодействие которых характеризует мягкий туризм. Эти компоненты суть «нетехнизированный туризм, самостоятельное региональное развитие, социальная и культурная ответственность» [7].

Похожее по структуре, но иное по содержанию определение предложил К.-Х. Рохлитц (К.-Н. Rochlitz). Согласно данному автору, мягкий туризм представляет собой систему, состоящую также из четырех взаимодействующих элементов: оптимального отдыха гостей, «интактного» ландшафта, то есть такого, с которым гости соприкасаются непосредственно, интактной местной социокультурной среды и прибыли от туристской деятельности. Само определение формулируется следующим образом: «Мягкий туризм – это количественно умеренный туризм, который благодаря дистанцированной интеграции создает для местных жителей экономические выгоды и обеспечивает взаимопонимание между гостями и местными жителями, а также не причиняет ущерба ни ландшафту, ни местной социокультурной среде» [8]. Важным пояснением автора к этому определению служит указание на такой характер взаимодействия элементов в системе «мягкий туризм», который обеспечивается в значительной мере за счет направления части прибыли на устранение до некоторой степени неизбежного нарушения природного ландшафта.

Существенное дополнение к изложенным выше определениям и концепциям мягкого туризма сделал Д. Крамер (D. Kramer). По его мнению, гуманизация туризма, реформирование и превращение жесткого туризма в мягкий более продуктивны не на индивидуальном уровне, то есть не через изменение индивидуального поведения туристов или конкретных политиков и руководителей туристского бизнеса, а через целенаправленное воздействие общественных организаций на политику крупных турфирм [9].

Существуют два основных подхода к выделению экологического сектора туризма: в первом случае экотуризмом называют туризм, главным объектом которого является дикая природа. При этом большинство авторов отмечают сложность проведения границы между природой и традиционной культурой и наряду с природой включают последнюю в объекты экотуризма. Но даже в этом случае емкость понятия «экотуризм» полностью не исчерпывается. Широкое распространение получает туризм с целью отдыха на природе на территориях, измененных человеком. Это особенно характерно для США и стран Западной Европы (западно-европейская и американская модели экотуристской деятельности), где коренных ландшафтов практически не сохранилось, а высокая потребность общения с природой удовлетворяется населением на территориях с вторичной квазиприродой. Такой туризм часто причисляется к разряду экологического, а его значение для охраны и восстановления среды, народных традиций и экологизации экономического развития становится в некоторых регионах решающим. В качестве примера можно привести агротуризм (посещение ферм и деревень с целью окунуться в атмосферу сельского образа жизни).

Сторонники второго подхода предлагают рассматривать экологический туризм как пример (вид) устойчивого туризма. Можно считать данный подход более оправданным, так как этот вид туризма основывается и успешно реализует на практике главные принципы концепции устойчивого развития, как-то: природопользование, не приводящее к деградации ресурсов, поскольку для восстановления и охраны последних используется часть выгод от его развития. При этом подходе объекты туризма могут быть как природного, так и искусственного происхождения.

Отечественные исследования в данной области научного знания явно отстают от исследований зарубежных специалистов и отличаются достаточно узкой специализацией

и теоретизированностью. Первые серьезные работы, затрагивающие проблематику экотуризма, появились в нашей стране всего 10–12 лет назад.

За истекшее десятилетие в центральной печати было издано всего четыре работы, посвященные исследованию многочисленных аспектов экотуристской деятельности. Прежде всего следует отметить наиболее авторитетное издание Всемирного фонда охраны природы (WWF) – монографию «Экологический туризм на пути в Россию: принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт», опубликованную в 2002 г. очень небольшим тиражом. В 2003 г. в издательстве «Финансы и статистика» были выпущены два учебно-методических пособия: «Экологический туризм» (В. В. Храбовченко) и «Экология туризма и сервиса» (Л. И. Егоренков). В начале 2004 г. увидела свет новая учебная работа – книга заведующего кафедрой экологического туризма Российской международной академии туризма, профессора Т. К. Сергеевой «Экологический туризм». На базе кафедры в 2001 г. небольшим тиражом А. И. Эйтингоном был выпущен курс лекций по экологическому туризму для студентов заочной формы обучения.

Следует также отметить научно-исследовательскую деятельность Всемирного фонда охраны природы (WWF) и Экоцентра «Заповедники».

Несмотря на большое количество научно-исследовательских и учебно-методических работ, до сих пор не существует единого универсального определения понятия «экологический туризм». На данный момент отечественные и зарубежные специалисты никак не могут сойтись во мнениях по поводу концептуального определения экотуристской деятельности. Воспользовавшись большим количеством самых современных и наиболее авторитетных изданий по проблематике экологического туризма, приведем ряд важнейших определений экотуризма, наиболее часто используемых в научной и учебной практике, и которых мы будем придерживаться в нашей работе.

Экотуризм – это:

1) путешествие с ответственностью перед окружающей средой по относительно ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает мягкое воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности (МСОП, по Н. Ceballos-Lascurain) [10];

2) туризм, включающий путешествия в места с относительно нетронутой природой, с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, который не нарушает при этом целостности экосистем и создает такие экономические условия, при которых охрана природы и природных ресурсов становится выгодной для местного населения [11];

3) устойчивый и природно-ориентированный туризм и рекреация [12];

4) туризм, включающий все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе (определение, принятое ВТО) [13];

5) целенаправленные путешествия в природные территории с целью более глубокого понимания местной культуры и природной среды, которые не нарушают целостности экосистем, при этом делают охрану природных ресурсов выгодной для местных жителей (Общество экотуризма, США) [14];

6) туризм, совместимый с экологическими и социальными требованиями, ответственный перед природой, способствующий ее защите, повышающий культуру путешественников, выполняющий просветительскую функцию, бережно относящийся к традиционным культурам и местным сообществам (Е.Ю. Ледовских, Н.В. Моралева, А.В. Дроздов) [15];

7) посещение уникальных природных территорий, мало затронутых хозяйственной деятельностью, сохранивших традиционный уклад жизни местного населения; повышение уровня экологической культуры всех участников туристского процесса и повышение

жизненного уровня местного населения, соблюдение природоохранных норм и технологий при реализации экологических туров и программ [16];

Основные принципы экотуристской деятельности:

- экотуризм стимулирует и удовлетворяет желание общаться с природой путем целенаправленных путешествий в нетронутые или малоизмененные природные территории, представленные во всем мире, как правило, национальными и природными парками, заповедниками, заказниками, резерватами, памятниками природы;

- экотуризм отличается относительно слабым негативным влиянием на природную среду и поэтому его иногда называют «мягким туризмом». Именно по этой причине он стал практически единственным видом использования природных ресурсов в пределах особо охраняемых природных территорий;

- экотуристская деятельность предотвращает негативное воздействие на природу и культуру и побуждает туроператоров и туристов содействовать охране природы и социально-экономическому развитию территорий.

- экотуризм – это туризм, сочетающий отдых, развлечение и экологическое образование для путешественников и подразумевающий наличие определенных, довольно жестких правил поведения, соблюдение которых является принципиальным условием успешного развития самой отрасли;

- развитие экотуризма должно быть выгодным местному населению и не противоречит его интересам и социально-экономическому развитию; следовательно, предполагает, что местные сообщества не только работают в качестве обслуживающего персонала, но и продолжают жить на охраняемой территории, вести прежний уклад жизни, заниматься традиционными видами хозяйствования, которые обеспечивают щадящий режим природопользования;

- экотуризм – составная часть индустрии туризма, производящая и продающая свой турпродукт, и получающая от этого прибыль, или как туристская деятельность на природе, приносящая прибыль для сохранения природной среды, а также для улучшения жизненного уровня местного населения;

- основными целями экотуризма являются: экологическое образование, повышение культуры взаимоотношений человека с природой, выработка этических норм поведения в природной среде, воспитание чувства личной ответственности за судьбу природы и ее отдельных элементов, а также восстановление духовных и физических сил человека, обеспечение полноценного отдыха в условиях естественной природной среды [17].

Что касается профессионалов-экологов, то они предпочитают пользоваться следующим определением: «Экологический туризм – это разновидность природного туризма, основной целью которого является экологическое просвещение туристов при условии минимального воздействия на природные комплексы» [18].

Поэтому необходимо определить экологический туризм как деятельность, в основе которой лежат следующие принципы:

- путешествие в природу, причем главное содержание таких путешествий – знакомство с живой природой, а также с местными обычаями и культурой;

- сведение к минимуму негативных последствий экологического и социально-культурного характера, поддержание экологической устойчивости среды;

- содействие охране природы и местной социокультурной среды;

- экологическое образование и просвещение;

- участие местных жителей и получение ими доходов от туристской деятельности, что создает для них экономические стимулы к охране природы;

- экономическая эффективность и вклад в устойчивое развитие посещаемых регионов [19].

Общий недостаток у всех вышеперечисленных определений – потеря важнейшей составляющей экотуристской деятельности – экологического просвещения и формирования экологического сознания [20].

Экологизация общественного сознания и поведения и, в частности, экологический туризм оказывают в последнее время существенное влияние на жесткие формы туризма. Теперь многие туристы во время отпуска, во-первых, охотно сочетают двух–трехнедельные «пляжные» программы с короткими сугубо экологическими экскурсиями. Во-вторых, они, хотя и отдают предпочтение весьма комфортабельному отдыху, в экологически благоприятных условиях побуждают владельцев отелей и власти курортов заботиться об охране окружающей среды, внедрять в индустрию туризма экологичные технологии.

Поэтому, наряду с собственно экологическим туризмом, можно выделять еще и экотехнологичный туризм. Это направление в развитии индустрии туризма непременно должно находиться в нашем поле зрения. Тем более что экологические технологии равно нужны и для сугубо экологических туров, и для туризма в целом.

Все многообразие видов экотуризма целесообразно разделить на два его основных типа:

1) экотуризм в границах особо охраняемых природных территорий (акваторий) – разработка и проведение таких туров являются классическим направлением в экотуризме, а соответствующие туры относятся к экотурам в узком значении данного термина, их можно отнести к «австралийской» модели экотуризма;

2) экотуризм вне границ особо охраняемых природных территорий (акваторий) – к этому типу туров можно отнести весьма широкий спектр видов экологически ориентированного туризма, начиная от агротуризма вплоть до круиза на комфортабельном лайнере. Эту группу экотуров можно отнести к «немецкой», или к «западноевропейской» модели [21].

Как и другие группы туров, экологические туры можно классифицировать по многим признакам, однако наиболее существенными следует считать два родовых признака:

а) основная цель тура – по этому признаку целесообразно различать следующие виды экотуров: наблюдение и изучение «дикой» или «окультуренной» природы с обучением экологическим знаниям; отдых в окружении природы с эмоциональными, эстетическими целями; лечение природными факторами; спортивные и приключенческие цели;

б) основной объект, определяющий содержание программы тура и отчасти форму его организации. По этому признаку различаются такие виды экотуров: ботанические, зоологические, геологические туры; спелеологические, водные, горные туры; эколого-этнографические или археологические, эколого-культурные туры; агроэкотуры [22].

Разумеется, цели тура и его объекты связаны между собой, и оба главных родовых признака нельзя считать абсолютно независимыми основаниями классификации (в реальной программе тура его цели и объекты часто сочетаются и совмещаются). Тем не менее каждый организатор и участник тура может определить его главные особенности и отнести каждый конкретный тур к тому или иному виду.

Признаки, присущие экологическим турам и программам:

- программа не планируется очень жестко и допускает варианты и изменения по желанию туристов; рассчитаны программы, как правило, на небольшие группы участников, а также на индивидуальные поездки; поспешность, кратковременность посещений не характерны для мягкого, экологически ориентированного тура;

- целью мягкого экологического тура является не посещение обязательных, стандартных «достопримечательностей», а приобретение глубоких впечатлений и знаний, поэтому туристы заранее готовятся к путешествию, изучая природу и культуру страны; маршруты туристов и квалифицированные гиды ведут их в интересные и экологически благоприятные природные и культурные ландшафты;

- в программу тура включаются посещение учебных экологических троп, природоведческих, краеведческих музеев, экотехнологичных хозяйств и ознакомление с

местными экологическими проблемами; в программе тура знакомство с сугубо природными объектами и «девственной» природой сочетается с эколого-культурными сюжетами, предусматривающими изучение традиционных, аборигенных форм природопользования;

- транспорт, которым пользуются туристы, экологичен (автомобильный туризм, например, никоим образом не относится к экологичным формам туризма);

- пища туристов экологически чиста и полезна, при этом в рационе туристов присутствуют местные продукты; мусор не выбрасывается на общую помойку или свалку, собирается специальным образом и поступает затем на экотехнологичную переработку, а организаторы экологических туров отдают предпочтение многоразовым упаковкам продуктов;

- привалы, бивуаки и особенно костры устраиваются только в специально оборудованных местах; грибы, ягоды, цветы, лекарственные растения, любые природные сувениры собираются только тогда и там, где это разрешено; охотничьи туры антиэкологичны;

- отели, кемпинги, приюты и хижины, в которых останавливаются туристы, расположены так, что не нарушают нормальное, экологически устойчивое развитие окрестного ландшафта и не обезображивают его облик; эти отели и кемпинги построены из экологически безвредных материалов, их обитатели не расходуют чрезмерно энергию и воду, при этом стоки и выбросы очищаются, иные отходы утилизируются;

- местные жители вовлекаются в туристский бизнес и получают возможность развивать свои традиционные формы хозяйства; туристы, в свою очередь, с уважением относятся к местным культурным традициям, стремятся изучить и понять их; доступными им способами участвуют в решении местных экологических проблем;

- доходы от тура не изымаются целиком из местного бюджета, а, наоборот, способствуют его наполнению.

Итак, экотуризм представляет собой развивающееся направление в индустрии туризма, он не всегда одинаково понимается в разных странах, его формы динамичны, он проникает в прежде далекие от экологической ориентации области туристской деятельности и ограничивать его слишком строгими рамками и одним единственно верным определением едва ли разумно [23].

Список использованных источников

1. Кусков А.С., Арсеньева Е.И. Современный экотуризм: основные концепции, направления и формы. Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/kuskov_ecotourism.htm.

2. Режим доступа: http://www.camp.elcat.kg/CAMP/RUS/otchet/turizm_2002_07.htm.

3. Бочкарева Т.В. Экотуризм: анализ существующего международного опыта. Доклад. М., 2003.

4. Режим доступа: http://www.spokoen.ru/pravo/summit_ekoturizm.htm?a=main.

5. Кусков А. С., Понукалина О. В., Одинцова Т. Н. Рекреационная география. Саратов, 2003.

6. Mose Ingo. Sanfter Tourismus im Nationalpark Hohe Tauern. Vechtaer Arbeiten zur Geographic und Regionalwissenschaft. Vechta, 1988. В. 6.

7. Дроздов А. В. Экологический императив и рекреационная география // Известия РАН. Сер. географическая. 1998. №4.

8. Сенин В. С. Организация международного туризма. М., 2001.

9. Mose Ingo. Sanfter Tourismus im Nationalpark Hohe Tauern. Vechtaer Arbeiten zur Geographic und Regionalwissenschaft. Vechta, 1988. В. 6.

10. Tourism, ecotourism and protected areas: the state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development. Cambridge, 1996.

11. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт / Ред.-сост. Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева, А.В. Дроздов. Тула, 2002.
12. Lindberg K., Hawking D. Ecotourism: A Guide for Planners and Managers. Vol. 1. The Ecotourism Society, North Bennington (USA), 1993.
13. Экотуристский рынок Германии: Специальный доклад ВТО. Мадрид, 2001. № 10.
14. Ecotourism Society, 1994. Western D. Defining Ecotourism. In: Ecotourism: A Guide for Planners and Managers. The Ecotourism Society, North Bennington (USA), 1993.
15. Экологический туризм на пути в Россию.
16. Сергеева Т. К. Экологический туризм. М., 2004.
17. Кусков А. С., Арсеньева Е. И., Феоктистова Н. В. Основные концепции и направления современного экотуризма: компаративный анализ // Туризм и культурное наследие. Сб. науч. тр. Вып.2. Саратов: СГУ, 2005.
18. Мамаева Н. Н. Указ. соч.
19. Экологический туризм на пути в Россию. Режим доступа: <http://ecodelo.org/ecotourism>.
20. Кусков А.С., Феоктистова Н.В. Экологический туризм как форма потребления природного и культурного наследия и фактор формирования экологического сознания // Социально-экономическая реальность и политическая власть. М.; Ставрополь, 2004.
21. Дроздов А. В. Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы // Актуальные проблемы туризма, 99. М., 1999.
22. Дроздов А. В. Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы // Актуальные проблемы туризма, 99. М., 1999.
23. Дроздов А. В. Как развивать туризм в национальных парках России. М., 2000.

УДК 502.3:338.48(470.3)(045)

ЗАГРЯЗНЕНИЕ АТМОСФЕРЫ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ЦЕНТРАЛЬНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

Паникарская Н.И.
Южный федеральный университет
Рубан Д.А.
Южный федеральный университет

ATMOSPHERE POLLUTION AND TOURISM DEVELOPMENT IN THE CENTRAL FEDERAL DISTRICT

Panikarskaja N.I.
Southern Federal University
Ruban D.A.
Southern Federal University

Аннотация: Загрязнение атмосферного воздуха оказывает значительное влияние на развитие туризма. В статье анализируются статистические данные, которые позволяют осветить эту проблему для Центрального федерального округа. Установлено, что в последнем много регионов, где удельные выбросы загрязняющих веществ уже представляют собой угрозу для развития туризма, но много и тех, где это развитие в будущем не будет сдерживаться действием данного фактора.

Abstract: Atmosphere pollution influences strongly on tourism development. In this paper, we analyze statistical data that permit to discuss the noted problem for the Central Federal District. It is established that the latter includes many regions where emissions of pollutants is already dangerous for tourism development, although there are regions where tourism development will not be limited by this factor in the future.

Ключевые слова: выбросы загрязняющих веществ, туристские потоки, факторы туризма, статистический анализ, Центральный федеральный округ.

Key words: pollutant emissions, tourist flows, tourism factors, statistical analysis, Central Federal District.

Состояние индустрии туризма и гостеприимства в России и стоящие перед ней задачи охарактеризованы в ряде работ [2, 6]. Однако ее дальнейшее развитие, предполагающее, прежде всего, всяческое поощрение внутреннего туризма, требует анализа всего комплекса влияющих на него факторов. К числу таковых стоит относить, несомненно, загрязнение атмосферы [8, 10]. Проблема связи последней с развитием туризма имеет различные аспекты. С одной стороны, попадание в воздух вредных веществ снижает качество окружающей среды, а, следовательно, ее привлекательность и «полезность» для туристов. С другой стороны, развитие туризма само по себе способствует загрязнению атмосферы [9, 11]. Более того, актуальность подобного рода вопросов определяется не только значимостью экологических аспектов туризма в целом [7], но и возрастающим вниманием к такому его виду как экотуризм [3].

Туризм активно развивается в Центральном федеральном округе [1, 4, 5]. Эта территория традиционно привлекает своими богатейшими историко-культурными и природными (в т. ч. водными и биологическими) ресурсами. Данный округ также специализируется на лечебно-оздоровительном туризме. Целью настоящей работы является сопоставление информации о загрязнении атмосферы и туристских потоках во всех регионах Центрального федерального округа. За основу взяты статистические данные за 2013 г. о выбросах загрязняющих веществ и количестве туристов (граждан, размещенных в коллективных средствах размещения) (табл. 1).

Таблица 1

Значения анализируемых показателей для Центрального федерального округа в 2013 г.

Регион	Площадь, кв. км	Выбросы загрязняющих веществ в атмосферу, тыс. тонн	Число туристов, тыс. чел.	Удельные выбросы, тыс. тонн/кв. км
Белгородская область	27,1	118	163,1	4,4
Брянская область	34,9	37	134	1,1
Владимирская область	29,1	32	387,4	1,1
Воронежская область	52,2	76	261,5	1,5
Ивановская область	21,4	30	188,3	1,4
Калужская область	29,8	15	379,2	0,5
Костромская область	60,2	50	191	0,8
Курская область	30,0	38	122,4	1,3
Липецкая область	24,0	347	142,3	14,5
Московская область	44,3	199	2750,1	4,5
Орловская область	24,7	24	124,5	1,0
Рязанская область	39,6	103	198,1	2,6

Смоленская область	49,8	59	181,1	1,2
Тамбовская область	34,5	54	101,2	1,6
Тверская область	84,2	60	292,3	0,7
Тульская область	25,7	181	224	7,0
Ярославская область	36,2	82	403,8	2,3
г. Москва	2,6	66	5369,9	25,4
Данные	Росстат ^a	Росстат ^a	Ростуризм ^б	Рассчитано авторами
Медианные значения (рассчитаны авторами)			194,6	1,4

^a gks.ru

^б russiatourism.ru

Вполне ожидаемо, что наиболее посещаемыми туристами дестинациями являются Москва и Московская область (табл. 1). Популярны также Ярославская, Владимирская и Калужская области, однако туристские потоки в них оказываются в несколько раз меньшими в сравнении с первыми двумя регионами. Загрязнение атмосферы наиболее сильно в Липецкой, Московской и Тульской областях (табл. 1), где сосредоточено большое количество промышленных производств. Имеет смысл рассчитать показатель удельных выбросов загрязняющих веществ, который показывает соотношение их абсолютного объема с территорией региона, т.е. своего рода «концентрацию» загрязнения. В итоге получаем, что наибольшей последняя оказывается в Москве, однако в Липецкой и Тульской областях она также достаточно велика (табл. 1).

Имеющиеся данные имеет смысл сопоставить следующим образом. По числу туристов и по удельным выбросам все регионы округа можно разделить на две категории: те, где значения соответствующих показателей больше медианных, и те, где эти значения меньше или равны медианным. Это позволяет выделить 4 группы регионов (табл. 2).

Таблица 2

Сочетание туристских потоков и загрязнения атмосферы в регионах Центрального федерального округа в 2013 г.

	Число туристов > медианного значения	Число туристов ≤ медианного значения
Удельные выбросы > медианного значения	ГРУППА I: Воронежская область Московская область Рязанская область г. Москва Тульская область Ярославская область	ГРУППА II: Белгородская область Липецкая область Тамбовская область
Удельные выбросы ≤ медианного значения	ГРУППА III: Владимирская область Калужская область Тверская область	ГРУППА IV: Брянская область Ивановская область Костромская область Курская область Орловская область Смоленская область

Как можно увидеть, в Центральном федеральном округе загрязнение атмосферы является значимым фактором развития туризма. Это связано с тем, что в большом числе регионов (группа I), привлекающих много туристов, удельные выбросы также сравнительно велики (табл. 2). Сказанное касается, в частности, Москвы и Тульской области, где выбросы характеризуются весьма большими значениями (табл. 1). Во всех регионах этой группы загрязнение атмосферы вполне может лимитировать развитие индустрии туризма и гостеприимства уже в настоящее время. Более того, большая величина туристских потоков явно усугубляет ситуацию в силу того, что использование туристами автотранспорта создает дополнительную экологическую нагрузку [11]. При этом в Центральном федеральном округе также много регионов (группа IV), в которых загрязнение атмосферы сравнительно мало, однако и туристские потоки имеют небольшой размер (табл. 2). Для этих регионов достаточная чистота воздуха должна рассматриваться в качестве важного ресурса последующего развития индустрии туризма и гостеприимства. Иными словами, это туристский ресурс.

В трех регионах группы II величина удельных выбросов должна сдерживать это развитие в более или менее отдаленной перспективе, т.к. текущие туристские потоки в них сравнительно невелики (табл. 2). Напротив, в трех регионах округа (группа III) сложилась весьма благоприятная ситуация. При большом числе туристов загрязнение атмосферы относительно мало (табл. 2). В частности, это касается Калужской области, ландшафтные особенности, историко-культурное наследие и мероприятия событийного туризма привлекают сюда огромное количество посетителей, а выбросы загрязняющих веществ здесь минимальны как в удельном, так и в абсолютном исчислении (табл. 1).

Предпринятый анализ позволяет сделать вывод о том, что по сочетанию туристских потоков и загрязнению атмосферы территория Центрального федерального округа контрастна: много регионов, где удельные выбросы загрязняющих веществ уже представляют собой угрозу для развития туризма, но много и тех, где последнее в перспективе не будет сдерживаться действием данного фактора. При этом загрязнение атмосферы в округе в целом обязательно должно рассматриваться в качестве важного условия туристской деятельности. Результаты исследований, подобные тем, что представлены в настоящей работе, видится целесообразным учитывать при планировании развития индустрии туризма и гостеприимства в Центральном федеральном округе.

Список использованных источников

1. Валединская Е.Н. Состояние и перспективы развития туризма в Центральном федеральном округе // Вестник образования и развития науки Российской академии естественных наук. 2012. № 1. С. 126-129.
2. Григоренко Т.Н., Казьмина Л.Н. Приоритеты в области развития внутреннего и въездного туризма России на современном этапе // Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 4. С. 14-16.
3. Мартышенко Н.С., Золотова В.И. Повышение роли экологического туризма в структуре предложения внутреннего туризма в России // Фундаментальные исследования. 2015. № 11-5. С. 1003-1008.
4. Оборин М.С. Тенденции развития рынка санаторно-курортных услуг Центрального федерального округа // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. № 3. С. 61-68.
5. Розанова Л.Н., Веслогузова М.В., Петрик Л.С. Территориальные социо-эколого-экономические системы в сфере туризма и сервиса Центрального федерального округа: теоретический аспект // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. № 3. С. 43-48.
6. Романова М.М. Анализ российского туризма в современных реалиях // В сб.: Устойчивое развитие российской экономики. 2016. С. 106-110.

7. Русева О.З., Григоренко Т.Н. Экологические проблемы туризма и рекреационного природопользования // В сб.: Проблемы туризмоведения. Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2015. С. 309-311.

8. Юдакова А.И., Кабанова М.А. Оценка влияния выбросов загрязняющих веществ в атмосферу на развитие туризма в Артемовском городском округе // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2014. № 22. С. 124-128.

9. Gossling S., Peeters P. Assessing tourism's global environmental impact 1900-2050 // Journal of Sustainable Tourism. 2015. V. 23. P. 639-659.

10. Sajjad F., Noreen U., Zaman K. Climate change and air pollution jointly creating nightmare for tourism industry // Environmental Science and Pollution Research. 2014. V. 21. P. 12403-12418.

11. Tao Y.G., Huang Z.F., Shi C.Y. Carbon dioxide emissions from regional tourism transport: A substitutional bottom-up analysis // Acta Ecologica Sinica. 2015. V. 35. P. 4224-4233.

УДК 330.15:502.4

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ТРОПА – ИНСТРУМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И ВОСПИТАНИЯ

Медведева Л.Н.

*Всероссийский научно-исследовательский институт
орошаемого земледелия*

REGIONAL ENVIRONMENT TRAIL – A TOOL OF EDUCATION AND TRAINING

Medvedeva L.N.

All-Russian Research Institute of Irrigated agriculture

Аннотация: В статье обсуждается вопрос состояния и охраны реликтовых растений на Юге России в Волгоградской области. Обсуждается предложение создания экологических троп, с целью привития любви к живой природе, сохранению исчезающих видов растений, в частности – первоцветов. Предлагается открытие в Волгоградской области экологической тропы – «Брандушка разноцветная».

Abstract: This paper discusses the status and protection of the relict plant in southern Russia in the Volgograd region. We discuss the proposal of creation of ecological trails, with the aim of instilling the love of wildlife, conservation of endangered plant species in particular – primroses. It offers an open in the Volgograd region of the ecological trail – "Brandushka colorful" colorful brandushka (*Bulbocodium versicolor*), nature trail, environmental mentality ecotrail passport matrix coevolution.

Ключевые слова: брандушка разноцветная (*Bulbocodium versicolor*), экологическая тропа, экологический менталитет, паспорт экотропы, матрица коэволюции.

Key words: brandushka colored (*Bulbocodium versicolor*), nature trail, environmental mentality ecotrail passport matrix coevolution.

Актуальность исследования обосновывается тем, что регионы Юга России обладают уникальными природными ресурсами, неповторимым животным и растительным миром. Здесь проходит южная граница ареалов многих травянистых и древесных растений, образующих биологические экосистемы России [1]. Среди растений, относящихся к группе эндемиков, немного первоцветов, украшающих своим цветением южные степи ранней весной. Первыми в междуречьи Волга и Дона начинают бурно цвести бледно лиловые брандушки (лат. *Bulbocodium versicolor*), за ними эстафету

цветения похватывают: гусиный лук, сибирская пролеска, хохлатка, ирисы, тюльпаны, а завершают весенний сезон – майские ландыши.

Брандушка разноцветная (лат. *Bulbocodium versicolor* (Ker-Gawl.) Spreng.) – травянистый бесстебельный клубнелуковичный эфемероид семейства Мелантиевых (Melanthiaceae), включенный в «Красную книгу РФ» со статусом 2 А (вид, сокращающийся в численности в результате нарушения местообитаний), в «Красную книгу Волгоградской области» со статусом 2 (V) (наиболее уязвимый вид для произрастания) [5]. Название растения происходит от греческих слов «balbos» – луковица и «kodion» – маленькая шкура, что указывает защитный характер чешуй клубнелуковицы. Растение растет на степных просторах и склонах балок небольшими группами по 5-30 особей. Ранней весной цветение продолжается 8-14 дней. Род представлен в растительном мире двумя видами, произрастающим в Средней Европе, Средиземноморье и на Украине, Молдове. В естественных условиях брандушка произрастает на Балканах, Пиренеях, Кавказе. Растение довольно устойчиво в культуре и его можно использовать в ландшафтном дизайне; размещать в бордюрных и групповых посадках среди других невысоких растений [4]. Брандушка хорошо сочетается с другими растениями, такими как: ветреница, анемона дубравная, фиалка душистая. В Волгоградской области брандушка встречается на территории природных парков: «Усть-Медведицкий», «Щербаковский» [3]. Совсем недавно новые места обитания брандушки обнаружены в урочищах: «Верхнедобринские высоты», «Сухая балка». В приделах самого города Волгограда брандушка встречается в Кировском районе в балке Отрада. На рисунках 1, 2 представлена брандушка разноцветная в окрестностях Волгограда (фото Комарова О.П.).

В Красной книге дикорастущих видов флоры СССР (1975 г.), представлены около 20 видов растений Волгоградской области, нуждающихся в охране. Среди них: тюльпан Шренка, безвременник, пион тонколистный Расопа. Эти растения относятся к первой категории высоко декоративных видов и находятся под охраной государства. Все реже стали встречаться в растительном покрове области: ландыш, купена, папоротник лесной, щитовник игольчатый.



Рис. 1. Цветение брандушки разноцветной на склонах балки Отрада, Волгоград, март 2016 г.



Рис. 2. Цветение брандушки разноцветной в окрестностях Волгограда, март 2016 г.

На реликтовый характер отдельных растительных сообществ области указывали еще известные натуралисты – исследователи: Д.И. Литвинов (1890 г.), В. П. Сукачев (1902 г.), В. И. Талиев (1906 г.) [3]. В связи с сильным хозяйственным освоением территории на грани исчезновения находятся такие растения, как смолевка Хельмама, цингерия Биберштейна. Быстрыми темпами идет сокращение численности майкарагана волжского, солодки голой, рябчика русского, рябчика шахматного, ковыля опушеннолистного. Охрана отдельных растительных группировок и видов растений становится чрезвычайно востребованной. Для того чтобы понять, что надо беречь, необходимо знать предмет исследования – воочию.

Одной из форм знакомства населения городов с миром живой природы являются – экологические тропы. Это особая, специфическая форма организации исследовательской, познавательной деятельности, которая за столь короткое время (время нахождения на тропе) позволяет открыть увидеть то, на что уходит ни один день и месяц. Впервые природная или экологическая тропа, как форма познания природы, появилось в США. Лесничий Бентон Маккей предложил учредить «заповедник для пешеходов» – тропу по Аппалачскому хребту. В 1922 года пешеходная тропа была проложена через все Аппалачи, от штата Мэн до штата Джорджии и имела протяженность около 3300 км. Впоследствии подобные тропы стали возникать в национальных парках США. Одни экологические тропы были большой продолжительности, другие составляли пару километров и их можно было пройти за пару часов. Создаваемые в Европе экологические тропы имели свое название – «зеленые маршруты» [2]. Основное предназначение экотропы состоит в следующем: в непринужденной обстановке подается важная информация об главном объекте тропы: растении, животном или минерале, кроме познавательной цели обеспечивается формирование ценностных установок по охране окружающей среды, нормам поведения на природе.

Создание в Волгоградском регионе экологических троп, посвященных реликтовым растениям, позволит усилить внимание со стороны общественности к ним, обеспечить их охрану. В доброжелательной обстановке, посетители тропы – организованные группы школьников, студентов, жителей города узнают об особенностях развития и биологии растительных эндемиков. Достаточно востребованной может стать экологическая тропа – «Брандушка разноцветная», которую можно создать в Кировском районе Волгограда. Целями создания данной экотропы могут служить: расширение представлений об

уникальном растении Юга России – брандушке разноцветной; формирование чувства прекрасного при общении с представителями «дикой природы»; воспитание экологической культуры человека, в части взаимоотношений человека с природой; экологическое обучение и воспитание школьников и студентов [2]. Создаваемые экотропы должны отвечать определенным требованиям, которые изложены в таблице 1.

Таблица 1

Основные требования, предъявляемые к экотропам
для обеспечения их эффективности

Привлекательность:	красота ландшафта, интуитивно ощущаемая полезность; отсутствие монотонности на экотропе; акцент на объект посещения
Доступность:	экотропа должна располагаться сравнительно недалеко от города и не должна представлять большой опасности или сложности прохождения
Информативность:	Экотропа должна удовлетворять познавательные потребности в области биологии, географии, экологии

Протяженность учебной тропы обуславливается временем, в течение которого может проводиться экскурсия. Для взрослых – это два часа (длина маршрута около двух километров). Для младших школьников ознакомительные экскурсии на экотропе должны продолжаться в течение 30–40 мин. Прогулка по экотропе, по основной информационной ценности, может нести заряд научности. Важнейшим этапом в создании учебной экологической тропы является принятие официального документа, который дает законодательное право на ее организацию. Организация экскурсий с целью знакомства с реликтовыми растениями требует соблюдение экологических требований (информационное насыщение тропы, создание групп по возрастным границам), а также технического обустройства (строительство ограждение на тропе, установка скамеек, стендов, указателей) и выпуска рекламной продукции. Экотропы проложенные для ознакомления с первоцветами могут привлечь большое количество посетителей, что потребует дополнительной работы по сохранению ландшафта, в частности обучения горожан правилам поведения на природе, бережного отношения к реликтовым растениям.

Экологическое образование представляет собой непрерывный процесс обучения, воспитания и развития личности человека, формирования экологического менталитета, при котором сохраняется окружающая среда за счет снижения уровня потребления природных ресурсов, сохранения биоразнообразия. Создаваемые экотропы должны иметь паспорта, которые составляются по определенной схеме: сначала идет название экотропы; цели и задачи; местонахождение; краткое описание маршрута и его протяженность; режим использования (в течение какого времени года); допустимая нагрузка на экотропу (максимальное количество посетителей в неделю, месяц); описание экскурсионного объекта; список оборудования экотропы; правила поведения посетителей и техники безопасности; необходимые мероприятия по уходу за экотропой; ответственное лицо; карта-схема маршрута. Руководителю экскурсии по экотропе следует руководствоваться следующими наставлениями, так экскурсия должна быть предварительно хорошо подготовленной; на экскурсии следует говорить только о том, что необходимо посмотреть; избегать длинных объяснений. Рассказ во время экскурсии должен быть кратким, ясным и конкретным и сопровождаться наблюдением за изучаемым объектом. Фундаментом, на котором построена вся работа экологической тропы, являются правила поведения в природе – «экологический кодекс». Создание на Юге России и в других регионах экологических троп должно способствовать воспитанию у населения экологического мировоззрения, признания общечеловеческих ценностей, норм и требований, стремления беречь и охранять природу.

Список использованных источников

1. Брылев В. А. Физико-географическое (ландшафтное) районирование Волгоградской области / В. А. Брылев, Н. О. Рябина // Стрежень: науч. ежегодник. Вып. 2. – Волгоград: ГУ «Издатель», 2001. – С. 12-23.
2. Медведева Л.Н. Основные направления развития зеленых маршрутов в Волгоградской области /Л.Н.Медведева, Е.Н. Патрина // Материалы Международной научной конференции «Агроэкологический туризм как инструмент устойчивого развития сельских территорий в регионах России и за рубежом». Волгоград: ФГБОУ ВПО Волгоградский ГАУ, 24-25 сентября 2015. – С. 152-159.
3. Сизов Ю.И. Зеленые сельские поселения – курс на новое качество жизни /Л.Н.Медведева, А.С.Плотников, Ю.И. Сизов // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Развитие агропромышленного комплекса». Москва. Научные труды ВЭО. 2016. – №199. – С. 445-464.
4. Худякова Л. П. Брандушка разноцветная – *Bulbocodium versicolor* (KerGawl.) Spreng. // Красная книга Саратовской области. Грибы. Лишайники. Растения. Животные. Саратов: Изд-во Сарат. торг.-пром. Палаты. 2006. – С. 77-78.

УДК 631.115:332.234.4:001.895

СЕЛЬСКИЕ ПОСЕЛЕНИЯ – СТРУКТУРНЫЙ ЭЛЕМЕНТ НООСФЕРНОГО ПРОСТРАНСТВА ЗЕМЛИ

Медведева Л.Н.

Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ

Оноприенко Ю.Г.

Волгоградский государственный технический университет

RURAL SETTLEMENTS IS STRUCTURAL ELEMENT OF NOOSPHERE SPACE OF THE EARTH

Medvedeva L.N.

Volga Polytechnic Institute (branch) of Volgograd State Technical University

Onoprienko J. G.

Volgograd State Technical University

Аннотация: развитие в стране зеленых сельских поселений будет способствовать повышению качества жизни населения, экономии природных ресурсов, сохранению культурного наследия, росту экономики и предпринимательства сельских территорий. В статье приводится материал по внедрению зеленых «умных» технологий в производство и быт селян. Показано, что развитие зеленых сельских поселений, входит ноосферную систему Земли, является фактором времени, отвечающим потребностям и возможностям нынешних поколений и их заботой о завтрашнем дне.

Abstract: development in the country green rural settlements will enhance the quality of life, economy, natural resources, cultural heritage preservation, economic growth and entrepreneurship in rural areas. The article presents data on the implementation of green "smart" technologies in the production and life of the villagers. It is shown that the development of green rural settlements, includes the noosphere of the Earth system, is the factor of time, corresponding to the needs and capabilities of the current generation and their concern for the future. the development of green rural settlements, environmental mentality, environmental performance, green spaces, parklety, optimization of resources.

Ключевые слова: развитие зеленых сельских поселений, экологический менталитет, экологические показатели, зеленые насаждения, парклеты, оптимизация использования ресурсов.

Keywords: the development of green rural settlements, environmental mentality, environmental performance, green spaces, parklety, optimization of resources.

Природа обеспечивает человека условиями, без которых он не может существовать, а именно: водой, пищей, озоновым слоем, экосистемами, позволяющими утилизировать отходы, однако человек с постоянно растущими потребностями, порой необоснованными, истощает природные ресурсы, а создаваемые его интеллектом инновационные технологии продолжают оставаться «неэкологическими», приводящими к необратимым процессам в природной среде. Темпы и скорость формирования природных технологий несоизмеримы с длинной человеческой жизни. Примерно сто лет затрачивается на формирование новых природных технологий и не более семи лет – на появление абсолютно нового инновационного продукта. Законы экологии постоянно напоминают человеку, что все связано со всем, что все должно куда-то деваться, что ничего не дается даром. Осознание необратимости происходящих процессов и поиск путей решения привело человечество к необходимости признания, что «под влиянием научной мысли и человеческого труда биосфера переходит в новое состояние – ноосферу», и что человек «есть не случайное, независимое от окружающего (биосферы или ноосферы) свободно действующее природное явление», и что ему даны «интуиция, вдохновение – основа величайших научных открытий» [1, с.31]. Нынешний этап развития можно назвать – эрой наступающей зеленой экономики. «Зеленая» экономика – это экономика, которая обеспечивает долгосрочное повышение благосостояния людей и сокращение неравенства, при этом позволяя будущим поколениям избежать существенных рисков для окружающей среды и ее обеднения». ЮНЕП (UNEP, 2011). Зеленая экономика это – экологические технологии, позволяющие сохранять среду; углеродный отпечаток, позволяющий оценить степень давления на окружающую среду; зеленый рост, основанный на применении в производстве инновационных ресурсосберегающих технологий; зеленые сельские поселения – наиболее благоприятные для жизни и труда человека территории [4]. Поскольку аксиоматическое утверждение, что природа выдержит многое – перестало быть реальностью, то на повестку дня вышел вопрос – можно ли создать сельские поселения, в которых соблюдался баланс интересов: общества – природы – человека. Вопросы эколого-экономического развития человечества и территорий были в числе важнейших научных исследований: Глазычева В. Л., Диксона Д., Иншакова О.В., Медоуза Д. Х., Медоуза Д. Л., Моисеева Н. Н., Потравного И. М., Овчинникова А.С., Реймерса Н. Ф. и др. В их трудах были представлены основные параметры устойчивого экономического и экологического развития территорий, определены подходы к рациональному природопользованию, предложен инструментальный экологический хозяйствования. Усилия ученых позволили обосновать несколько моделей зеленых городов, зеленых сельских поселений. Для развития села наибольший интерес представляет концепция «Поселение – природный ландшафт», выстроенная в соответствии с естественной природной инфраструктурой, соблюдением баланса интересов: человека – производства – природы. Интегральным выражением прогнозируемой результативности местных властей по развитию зеленых поселений может выступать индекс удовлетворенности населения жизнью [7]. К основным экологическим показателям, которые местные власти должны учитывать при разработке модели зеленых сельских поселений, относятся:

- показатель выбросов загрязняющих веществ в атмосферу города:

$$B_n = \sum_{i=1} (1 - \Delta B_i / B_{oi}), \quad (1)$$

где: B_{oi} – суммарный выброс загрязняющих веществ по i -ому ингредиенту на начало прогнозного периода, тыс. тонн в год;

ΔB_i – снижение выбросов загрязняющих веществ по i -ому ингредиенту на конец прогнозного периода за счет природоохранных мероприятий, тыс. т в год;

- показатель сбросов сточных вод в водный бассейн:

$$C_n = \sum_{i=1} (1 - \Delta C_i / C_{oi}), \quad (2)$$

где: C_{oi} – суммарный сброс загрязняющих веществ по i -ому ингредиенту на начало прогнозного периода, млн. куб.м. в год;

ΔC_i – снижение сбросов загрязняющих веществ по i -ому ингредиенту на конец прогнозного периода за счет природоохранных мероприятий, млн. куб.м. в год;

- показатель загрязнения почвогрунтов от хозяйственной деятельности:

$$O_n = \sum_{i=1} (1 - \Delta O_i / O_{oi}), \quad (3)$$

где: O_{oi} – количество по i -ому виду отходов на начало прогнозного периода, тыс. тонн в год;

ΔO_i – уменьшение количества по i -ому виду отходов на конец прогнозного периода за счет природоохранных мероприятий, вторичного их использования или переработки, тыс. тонн в год;

- степень озеленения территории:

$$S_n = \sum_{i=1} (1 - \Delta S / S_{PKo}), \quad (4)$$

где: S_{PKo} – площадь под зелеными насаждениями на начало прогнозного периода, тыс. га в год;

ΔS – прирост площади земель под зелеными насаждениями на конец прогнозного периода, тыс. га в год [5].

В дорожную карту развития зеленых сельских поселений входят следующие направления: развитие альтернативной энергетики; сохранение и восстановление антропогенных ландшафтов; утилизация отходов на основе применения экологобезопасных технологий; проектирование и строительство «пассивных» домов; озеленение территорий; рациональное использование сельскохозяйственных угодий; экологическое просвещение населения; развитие малого бизнеса в области «зеленого» туризма [6, 8].

Важным элементом функционирования зеленых сельских поселений являются информационные технологии, автоматизированные интеллектуальные системы для управления жилищно-коммунальным хозяйством, образованием, здравоохранением, энерго-, водоснабжением.

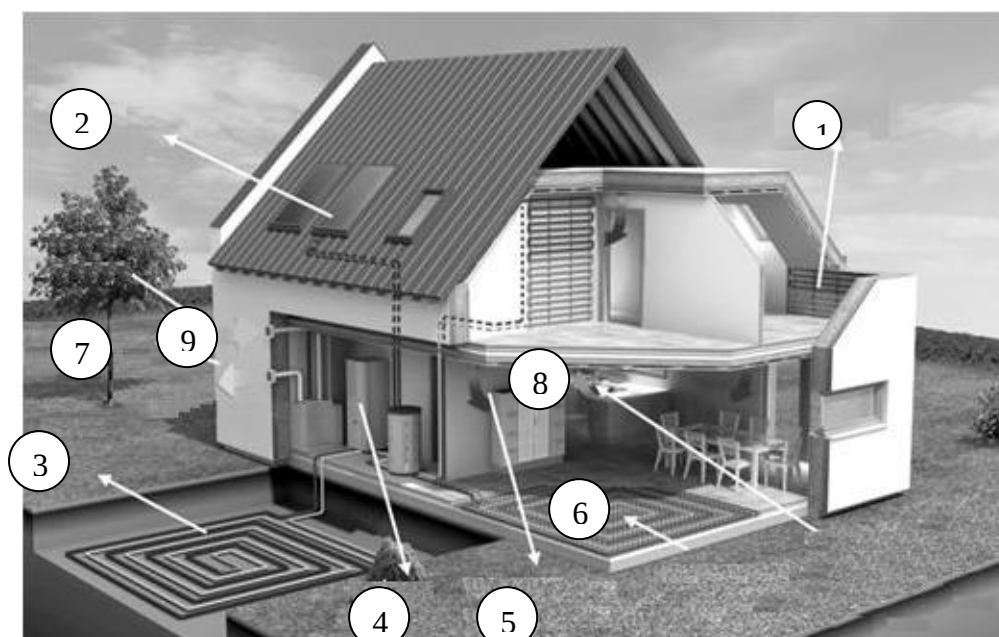
Таблица 1

Основные параметры развития зеленых сельских поселений
на основе использования «умных технологий»

Управление		
❖ Стратегическое планирование на основе программных продуктов		
❖ Интеллектуальные системы управления в секторах сельской экономики		
Умная энергия	Умные здания	Умная мобильность
❖ Умные электросети и счетчики	❖ Автоматизация зданий	❖ Электронный билет
❖ Альтернативные источники энергии	❖ Система климат-контроль	
Умные технологии	Умная инфраструктура	Умное образование
❖ Широкополосный интернет	❖ Система управления отходами в доме	❖ Интернет-образование

❖ Бесплатный Wi-Fi		
Умное здравоохранение	Умные горожане	Умная безопасность
❖ Использование-интернет терапевта	❖ Здоровый образ жизни	❖ Системы слежения

Одно из важных направлений в развитии сельских поселений – использование зеленого строительства и экологического дизайна (Environmental sustainable design), которое предполагает возведение новых зданий и сооружений на основе соблюдения принципов гармоничного существования человека с окружающей природой. Для сельского жителя очень важно, чтобы среда обитания была комфортная, обеспечивала долгое и здоровое существование, чтобы жилища были максимально удобно расположены, потребляли минимум энергии (рис. 1).



Условные обозначения: 1 – обогрев стен, 2 – солнечные панели, 3 – трубчатый коллектор, 4 – тепловой насос, 5 – подача теплого воздуха, 6 – подогрев пола, 7 – охлаждение отработанного воздуха, 8 – выход воздуха из кухни, ванной комнаты, 9 – свежий воздух.

Рис. 1. Модель пассивного дома, используемого для проектирования домов сельских жителей

Комплексное формирование предметно-пространственной среды сельского поселения, путем комбинации малых архитектурных форм и зеленых растений, обеспечивает ему неповторимость и узнавание. Гармоничный сельский дизайн играет важную роль в жизни человека, поскольку способствует формированию ценностной картины мира, создает комфорт и уют, придает сельской жизни определенную динамичность. Важным элементом благоустройства села могут выступать площадки для отдыха и общения. На селе это были завалянки и лавочки для посиделок.

Проблема обустройства площадок для общения озадачила итало-бразильского дизайнера Сьюзи Болоньеze и он реализовал в 2010 году в Сан-Франциско идею создания парклетов – площадок для кратковременного отдыха и встреч [1]. В 2012 году Архитектурная школа Университета Южной Калифорнии опубликовала работу под названием: «Эксперимент на прочность: парклеты и открытые пространства как катализатор в обществе и правительстве», в которой представила история создания и виды парклетов в США. Основными организаторами парклетов выступают молодежные

объединения и владельцы небольших кафе, при этом посетители парклетов вовсе не обязаны делать у них заказы, и вправе приносить свои собственные напитки. По закону парклет – это public place, то есть место, доступ к которому открыт всем и без ограничений, это элемент ландшафтного и архитектурного разнообразия, это место для художественного самовыражения молодых людей. На площадке парклетов могут проходить импровизированные выступления самодеятельных артистов. Дизайн и планировочные решения создания парклетов весьма разнообразны и не сковывают творческую фантазию авторов. Парклет может содержать натуральную или искусственную растительность, либо другие объекты благоустройства, он может быть приспособлен под парковку велосипедов, и при необходимости, легко демонтироваться. Власти городов и сельских поселений могут пригласить к созданию парклетов небезразличных горожан. Так, организаторы парклета в Ивано-Франковске (Украина) обратились к жителям с просьбой внести посильный вклад в создание парклета строительными материалами: профильной трубой 25х25х2 – 100м.п., брус 50х100х4000 – 5шт., OSB 2500х1250х22 – 4шт., досками 100х20 L500мм (обшивка боковых стен) – 280 шт. или 140 м. п., досками 100х20 (обшивка верхней части) – 50м. п., крепежом, электродами металлом для каркаса, пропиткой для древесины или лаком, декоративными растениями.

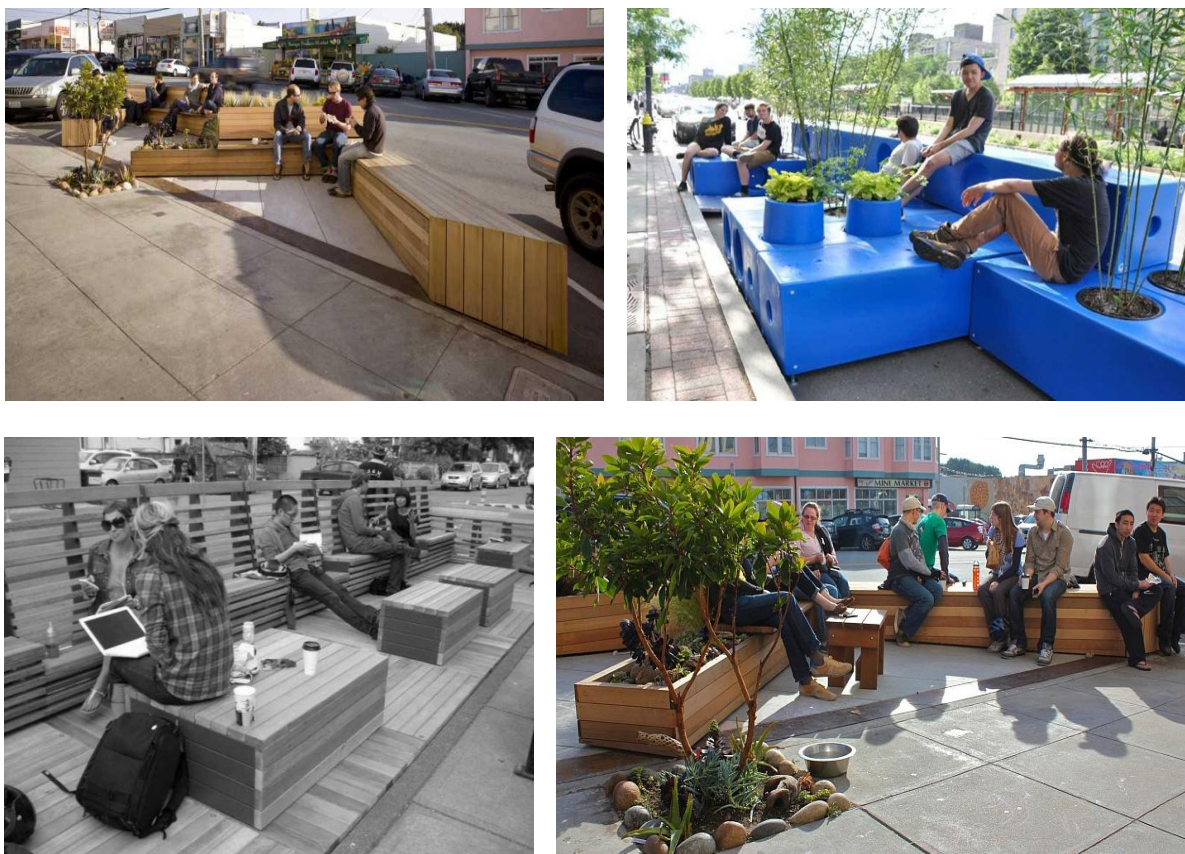


Рис. 2. Примеры парклетов Сан-Франциско и Бостоне



Рис. 3. Создание активистами парклета в Ивано-Франковске (Украина)

Интересным элементом для создания парклетов могут служить декоративные злаки, воплощающие собой натуральный уголок дикой природы. Для озеленения сельских поселений в Волгоградской области можно использовать дикорастущие растения: зверобой продырявленный (*Hypericum perforatum*), ковыль Граффа (*Stipa pulcherrima*), шалфей сухостепной (*Salvia tesquicola*), мятлик луговой (*pratensis* L) [2].



Зверобой продырявленный
(*Hypericum perforatum*)

Ковыль Граффа
(*Stipa pulcherrima*)

Шалфей сухостепной
(*Salvia tesquicola*)

Мятлик луговой
(*Pratensis* L)

Рис. 4. Злаковые растения, которые можно использовать для озеленения сел на Юге России

Согласно общему своду законов: природный потенциал городов и сел – совокупность компонентов природной среды, природно-антропогенных объектов и иных средообразующих факторов и условий, выраженных в виде показателей качества окружающей среды, которые можно использовать для обеспечения жизнедеятельности населения. Зеленые сельские поселения могут обеспечить иную, более современную среду обитания для жителей Юга России.

Список использованных источников

1. Abad Ocubillo Robin. Experimenting with the Margin: Parklets and Plazas as Catalysts in Community and Government. – University of Southern California, 2012.
2. Брылев В. А. Физико-географическое (ландшафтное) районирование Волгоградской области / В. А. Брылев, Н. О. Рябинина // Стрежень: науч. ежегодник. Вып. 2. – Волгоград: ГУ «Издатель», 2001. – С. 12-23.
3. Вернадский В.И. Размышления натуралиста. / В.И.Вернадский // Научная мысль как планетное явление. Книга вторая. Издательство «Наука». Москва 1977. – 192 с.

4. Комарова О.П. Продвижение зеленых технологий как основа для стратегического развития городских и сельских поселений России / Л.Н.Медведева, К.Ю. Козенко, О.П.Комарова // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 11. Часть 5. – С. 1009. – 1013.

5. Медведева Л.Н. Концепт-стратегия «зеленых городов» на базе промышленно развитых средних (монография) / Л.Н.Медведева, К.Ю.Козенко, О.П.Комарова // ФГБНУ ВНИИОЗ. – Волгоград: Издательство ООО «Крутон», – 2015. – 256 с.

6. Патрина Е.Н. Основные направления развития зеленых маршрутов в Волгоградской области /Л.Н.Медведева, Е.Н. Патрина // Материалы Международной научной конференции «Агроэкологический туризм как инструмент устойчивого развития сельских территорий в регионах России и за рубежом». Волгоград: ФГБОУ ВПО Волгоградский ГАУ, 24-25 сентября 2015. – С. 152-159.

7. Распоряжение Правительства РФ от 02.02.2015 N 151-р «Об утверждении Стратегии устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030года. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 24.06.2016).

8. Сизов Ю.И. Зеленые сельские поселения – курс на новое качество жизни /Л.Н.Медведева, А.С.Плотников, Ю.И. Сизов // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Развитие агропромышленного комплекса». Москва. Научные труды ВЭО. 2016. – №199. – С.445-464.

УДК 338.48(470.53)(045)

КУНГУРСКАЯ ЛЕДЯНАЯ ПЕЩЕРА КАК ОБЪЕКТ ТУРИЗМА

Головач В.И.

Удмуртский государственный университет

KUNGUR ICE CAVE AS A TOURISM DESTINATION

Golovach V.I.

Udmurt State University

Аннотация: В статье изложена краткая история исследования Кунгурской Ледяной пещеры. Рассматривается деятельность А. Т. Хлебникова и ее значение на становления данного природного феномена как объекта туризма. Описано состояние данного туристического объекта сегодня. А также проанализированы причины популярности Кунгурской пещеры не только среди русских, но и иностранных туристов.

Abstract: The article presents a brief history of the study Kungur Ice cave. We consider the activities of A. Khlebnikov and its importance in the formation of this natural phenomenon as a tourism destination. It describes the state of the tourist site today. And also analyzed the reasons for the popularity of the Kungur cave, not only among the Russian, but also foreign tourists.

Ключевые слова: туризм, региональный туризм, Кунгурская Ледяная пещера.

Key words: tourism, regional tourism, Kungur Ice Cave.

Кунгурская Ледяная пещера – известная достопримечательность Урала, расположенная в Пермском крае, в г. Кунгур. Считается уникальным геологическим памятником, и входит в число крупнейших карстовых пещер в Европейской части России. Общая протяженность пещеры составляет 5,7 км.

На сегодняшний день нет общепринятой версии происхождения Кунгурской пещеры, существует несколько теорий на этот счет. Посещения памятника начались еще в

старину. А вот первые научные экспедиции начались в XVIII в. при Петре I. Так в 1703 году известный географ и картограф С. У. Ремезов составил первый чертеж Кунгурской пещеры. Первые записи о достопримечательности оставил известный историк и географ В. Н. Татищев, который посещал Кунгурскую пещеру в период с 1720 г. по 1736 г. Он же выдвинул несколько теорий происхождения пещеры и привлек внимания отечественных ученых к изучению карстовых процессов. В 1772 г. описал свои исследования по данному геологическому памятнику академик И. И. Лепехин [1, с. 1]. М. Я. Киттары попытался описать процесс оледенения пещеры и составил ее новый план. В 1875 г. в подземном лабиринте были проведены первые археологические раскопки антропологом И. С. Поляковым. С конца XIX в. в пещере ведутся специально-научные исследования. В XX в. изучением данного геологического памятника занимались более чем 10 научных и производственных организаций, под руководством П. О. Каптерева, В. А. Варсановьева, А. Е. Ферсмана, Н. П. Герасимова, Г. А. Максимович, Н. М. Переслегина, Д. В. Рыжикова, Е. П. Дорофеева. Сегодня все научные наблюдения и исследования осуществляет Кунгурская лаборатория-стационар совместно с другими организациями [1, с. 7]. Многочисленные отчеты публикуются ежегодно, но даже они не восполняют всех пробелов в науке из-за отсутствия монографий по данному природному феномену.

Несмотря на долгую историю Кунгурской пещеры, как туристический объект она существует лишь чуть более ста лет. Туристическая деятельность в Ледяной пещере началась благодаря стараниям Александра Тимофеевича Хлебникова.

А. Т. Хлебников (1877-1951) – мещанин, родом из очень известной и уважаемой в Кунгуре семьи. В молодости много путешествовал. Побывал в Сибири, Японии и США. Возможно, именно в Америке, при посещении Мамонтовой пещеры, Александру Тимофеевичу пришла идея развития Кунгурской Ледяной пещеры как туристического центра [2, с. 1].

В 1909 г. А. Т. Хлебников вернулся в Кунгур и принялся за осуществление своего замысла. В 1914 г. он арендовал пещеру у местной общины. Заключив договор, Александр Тимофеевич принялся за создание рекламы и качественного обслуживания для туристов.

Уже в советский период благодаря стараниям А. Т. Хлебникова были предприняты меры по охране природного памятника, проведены работы по благоустройству, а также созданию сервиса для туризма [2, с. 1].

Александр Тимофеевич Хлебников открыл миру Кунгурскую пещеру и посвятил жизнь ее процветанию.

Сегодня Кунгурская Ледяная пещера является уникальным объектом туризма с профессиональным сервисом обслуживания. Помимо обзорных экспедиций туристам предлагаются лазерные шоу, приключенческие, индивидуальные и мифологические экскурсии. Есть варианты проведения досуга и для любителей острых ощущений.

Исключительно положение Кунгурской Ледяной пещеры в туризме России объясняется следующими причинами.

Во-первых, уникальность самой пещеры. Наличие 48 гротов, 70 подземных озер, оледенение и интересные рельефы.

Во-вторых, выгодное транспортно-географическое положение на автомобильных и железных магистралях.

Помимо этого, дополнительным стимулом для посещения данной достопримечательности являются мифы и легенды, сложившиеся за долгий период существования пещеры.

Одной из самых популярных считается легенда о «Звере-мамонте». Согласно этой легенде огромный зверь живет в пещере и изредка выходит наружу [3, с. 239].

Еще существует предание, что якобы казаки Ермака Тимофеевича перезимовали в Ледяной пещере, перед тем как отправиться в Сибирь. Определить был ли Ермак со своим отрядом действительно в кунгурских землях достаточно сложно [3, с. 243].

Очень популярна байка о «Белом спелеологе». Согласно легенде, два друга спелеолога однажды посетили пещеру. Один из них сломал ногу, а второй не смог в одиночку его выручить. Пообещав вернуться с помощью, он бросил своего товарища. Раненый спелеолог погиб. Теперь он бродит по пещере, прихрамывая сломанной ногой, и уводит в темноту всех, кто предавал своих друзей [3, с. 251].

Популярна Кунгурская Ледяная пещера и среди иностранных туристов. Очень часто увидеть данный природный феномен приезжают, англичане, французы, немцы, итальянцы, датчане и китайцы. Причин такой популярности несколько.

Во-первых, с развитием технологий и информационных ресурсов иностранцы поняли, что Россия не ограничивается лишь Москвой и Санкт-Петербургом, а огромная территория России имеет множество достопримечательностей.

Однако большой приток иностранных туристов не означает, что ранее Кунгурскую пещеру не посещали жители других стран. Так еще 13 июня 1914 г. А. Т. Хлебников провел экскурсию для Виктории и Луизы фон Баттенберг. Виктория Баттенбергская – старшая сестра Александры Федоровны, жены российского императора Николая II. Луиза – ее дочь, вышедшая замуж за короля Швеции Густава VI Адольфа, ставшая впоследствии королевой этой страны [2, с. 1].

Во-вторых, город Кунгур расположен на очень известном туристическом маршруте Транссибирская магистраль.

Несмотря на большое количество иностранных туристов, организовывать для них экскурсии по-прежнему очень проблематично. Одна из причин заключается в том, что знания языка экскурсоводов должны обновляться как в общих сферах, так и специальных. Так же следует учитывать вкусы и интересы иностранцев при составлении экскурсии.

Кроме того, необходимы знания психологии в области социальной дифференциации.

Несмотря на успех, не стоит забывать, что экскурсии в пещеру относятся к природному туризму, так как пещера живой памятник природы и нуждается в определенном температурном режиме. Поэтому, здесь существуют определенные естественные ограничения.

Список использованных источников

1. Горбунова, К.А. Кунгурская пещера как объект научных исследований/ К. А. Горбунова, Е. П. Дорофеев, Н. Г. Максимович // Пещеры. Итоги исследований: Межвуз. сб. науч. тр.- 1993. – № 23-24. – С. 113-120.

2. Нивин, В. Александр Хлебников – первый экскурсовод: исполнилось 133 года со дня.

рождения Александра Хлебникова / В. Нивин // Искра. – 2010. – 14 августа. – С. 2.

3. Ширинкин П.С. Книга легенд. Туристские легенды Пермского края / П.С. Ширинкин. – Пермь: Пресстайм. 2013. – 395 с.

РАЗДЕЛ 6
ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ КАК РЕСУРС
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

УДК 069:351.853(470.51)(045)

ОБЪЕКТЫ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ УДМУРТСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ТУРИЗМА

Рыбникова И.В.

Удмуртский государственный университет

Стремоусова Е.В.

Удмуртский государственный университет

OBJECTS OF HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE OF THE UDMURT
REPUBLIC CHALLENGES AND PROSPECTS OF USE FOR TOURISM PURPOSES

Rybnikova I. V.

Udmurt State University

Stremousova E. V.

Udmurt State University

Аннотация: Культурный имидж территории, ее историко-культурное наследие формируют отношение к ней как в туристской, так и в экономической сферах.

В статье представлен краткий описательный анализ объектов историко-культурного наследия Удмуртской Республики, влияющих на формирование имиджа территории в плане туризма, при этом внимание уделено не только визуальным проявлениям культуры, таким как, архитектура, городские ансамбли, но и народному творчеству, творчеству великих композиторов, писателей, т.е. культурному наследию территории в целом, во всех его проявлениях.

В настоящий момент опыт и технологии в туристской отрасли способны улучшить имидж практически любого региона. В статье отмечена так же, необходимость учитывать и тот факт, что данные мероприятия должны осуществляться только на базе единой государственной стратегии, которая должна предусматривать совместную работу объектов наследия и туристских фирм по формированию новых типов туристских продуктов, ориентированных на конкретные группы потребителей, по созданию оригинальных туристских проектов использования природных и историко-культурных ресурсов России.

Abstract: The cultural image of the territory, its historical and cultural heritage form the attitude of both the tourist and economic spheres.

The article presents a brief descriptive analysis of objects of historical and cultural heritage of the Udmurt Republic influencing on formation of image of territory in terms of tourism. Attention is paid not only to the visual manifestations of culture, such as architecture, urban ensembles, and folk art, works of great composers, writers, i.e. cultural heritage of territory as a whole, in all its manifestations.

At the moment, experience and technology in the tourist industry are able to improve the image of virtually any region. The article noted that there was a need to take into account the fact that these activities should be carried out only on the basis of the unified state strategy. It should involve teamwork of objects of a heritage and tourist on formation of new types of the tourist products targeted at specific groups of consumers, on creation of original tourist projects of use of natural and historical and cultural resources of Russia.

Ключевые слова: историко-культурное наследие, имидж территории, нематериальное наследие, туристская инфраструктура.

Key words: Historical and cultural heritage, image of territory, intangible heritage, tourist infrastructure.

Культурный имидж территории, ее историко-культурное наследие формируют отношение к ней как в туристской, так и в экономической сферах. В настоящее время основными факторами, определяющими привлекательность образа территории, стали развитость культуры, науки и экономики, толерантность, умение поддерживать хорошие взаимоотношения с внешней средой и потенциальными партнерами, вне зависимости от области выстраивания взаимоотношений. Историко-культурное наследие является одним факторов, способных оказывать влияние на привлекательность и формирование устойчивого интереса как к стране в целом, так и отдельным территориям, потенциально рассматриваемыми в качестве объекта туристского посещения.

В связи с этим, если рассматривать то, насколько позитивен имидж территории в плане туризма, необходимо учитывать не только визуальные проявления культуры, такие как, архитектура, городские ансамбли, но и народное творчество, творчество великих композиторов, писателей, всё культурное наследие территории в целом, во всех его проявлениях.

Удмуртия является одним из регионов России, с площадью 42,06 тыс. кв. км, граничит с Кировской областью на севере и западе, с Пермским краем на севере и востоке, с Башкортостаном на юго-востоке и с Татарстаном на юге. Всего в республике 25 муниципальных образований и 6 городов [1, с.11].

Республика является многонациональной, где проживают финно-угорские, славянские и тюркские народы. В Удмуртии сочетаются самобытные культуры народов и городская культура. Особенностью многонационального региона является близкое расположение русских, удмуртских, татарских и марийских селений, имеющих национальную специфику строений, культуры, обычаев, традиций; в регионе соседствует множество разнообразных религий (в т. ч. сохранились традиции язычества) – всё это можно рассматривать в качестве факторов, которые могли бы способствовать развитию туристской отрасли.

В Удмуртии представлено 590 объектов историко-архитектурного наследия и 57 объектов культуры, таких как музеи, выставки, театры, 689 учреждений культурно-досугового типа, включая 23 Центра и Дома ремёсел, 10 музейных объектов республике являются частью туристских региональных маршрутов [2]. Состав недвижимых объектов историко-культурного наследия Удмуртии по основным типологическим группировкам представлен в таблице 1.

Таблица 1

Состав недвижимых объектов историко-культурного наследия Удмуртии по основным типологическим группировкам (по материалам, представленным в работах Саранчи М.А.)

Общая видовая принадлежность объектов культурного наследия	Количество выявленных объектов	Из них на государственной охране
Археология	882	72
История и архитектура	590	186
История	907	87
Искусство	110	25
Всего	2534	404

Памятники архитектуры принято разделять на две части: высокое зодчество и образцы строительства в городах и деревнях в определенный промежуток времени. Ко второй части традиционно относят объекты культурного зодчества, промышленные

объекты, гражданское зодчество, деревянную архитектуру, которая является традиционной для определенных народов.

Города в Удмуртской Республике так же можно объединить в две группы (два типа). Во-первых – это города-заводы, созданные в середине XVIII века, их объединяет схожесть планировки, традиционно включающей пруд, плотину и заводы – Ижевск, Воткинск, Камбарка. Вторую группу образуют города, являвшиеся некогда уездными и купеческими центрами – Глазов, Сарапул.

В столице республики можно увидеть объекты, относящиеся к эпохе классицизма, например, Главный корпус Ижевского оружейного завода, архитектором которого является С.Е. Дудин и здание Арсенала Ижевского оружейного завода. В Воткинске сохранился дом горного начальника, где в 1840 году родился П.И. Чайковский (в настоящее время там находится мемориально-архитектурный комплекс, воспроизводящий усадебные постройки, относящиеся к XIX веку). Сарапул так же сохранил свой исторический вид и является образцом старинного купеческого города. Архитектурный ансамбль Глазова – это вариант уездного города с достаточно редким типом веерной радиально-дуговой планировки.

В республике насчитывается 882 археологических объекта, но в окружающей местности это в основном не выражено за исключением городищ (городище северных удмуртов «Иднакар»). Исторические объекты так же достаточно разнообразны: здания и местности (например, этапные избы на Сибирском тракте и исторический участок этой дороги), братские могилы, памятные знаки, места боев времен Гражданской войны, памятники и памятные знаки, посвященные боевому и трудовому подвигу времен Великой Отечественной Войны.

33 музея и 8 филиалов всегда готовы принять посетителей, в их фондах насчитывается 473830 единиц хранения. 10 музейных объектов республики являются частью туристских региональных маршрутов, 4 – всероссийских, 1 – международный. Перечислим часть наиболее значимых из них – Национальный музей Удмуртской Республики им. Кузуба Герда; Государственный мемориально-архитектурный комплекс «Музей-усадьба П.И. Чайковского»; Музейно-выставочный комплекс стрелкового оружия имени М.Т. Калашникова; Удмуртский республиканский музей изобразительных искусств; Историко-культурный музей-заповедник Удмуртской Республики «Иднакар»; Архитектурно-этнографический музей-заповедник «Лудорвай»; Музей истории и культуры Среднего Прикамья.

В Удмуртии функционируют 7 театров, из которых 5 находятся в Ижевске (Государственный театр оперы и балета Удмуртской Республики; Государственный национальный театр Удмуртской Республики; Государственный русский драматический театр Удмуртии; Государственный театр кукол Удмуртской Республики; Молодежный муниципальный театр «Молодой человек»), 1 – в Сарапуле (Муниципальный Сарапульский драматический театр), 1 – в Глазове (Муниципальный театр «Парафраз»).

Важной составляющей историко-культурного наследия региона является декоративно-прикладное творчество, имеющее важное значение для населения региона, и неотделимое от его жизни. Сейчас в Удмуртии функционирует 21 Центр (Дом) ремесел с сельскими филиалами, деятельность которых направлена на сохранение культурного наследия, культурных ценностей региона. На их базе работают мастерские, в стенах которых создаются предметы народного творчества, имеющие не столько утилитарный характер, сколько способствующие сохранению, продвижению и популяризации ценностей, традиций, уникальности, самобытности национального характера республики.

В регионе в настоящий момент продолжают развитие 22 вида народно-прикладного творчества, которые испокон веков были национальной традицией. Среди них такие виды искусства, как ткачество, художественная обработка бересты и соломки, художественная резьба и роспись по дереву, художественное плетение из лозы и лыка, керамика и гончарное искусство, народная игрушка, изготовление национальной одежды.

Восстановлены забытые технологии традиционной народной вышивки, возрождены художественная резьба по кости и бондарное искусство. Кроме того, с 2002 года развитие получила и садово-парковая скульптура, а с 2005 года начала функционирование республиканская детская школа декоративно-прикладного искусства «Усточикар», что в переводе означает «город мастеров».

Но, в тоже время следует отметить, что историко-культурное наследие распределено неравномерно. Большая его часть находится в местах расположения поселений коренных народов республики.

Кроме того, значимой частью культуры республики является нематериальное наследие. Например, раз в два года в Удмуртии проходит Межрегиональный фестиваль финно-угорских народов «Воршуд» (Святыня рода). На данном фестивале можно познакомиться с духовным наследием финно-угорских народов.

Республиканский дом народного творчества обработал и добавил в электронный Реестр объектов нематериального культурного наследия народов Российской Федерации 11 объектов. Уже включены в Электронный каталог объектов нематериального культурного наследия России импровизационное пение северных удмуртов – «Крезь», удмуртский праздник «Гербер», обряд поминовения усопших «Чекан», Праздник нового урожая «Выль», Праздник плуга «Акашка». Отправлены в Москву, но еще не опубликованы на сайте: обряд в честь рождения ребенка «Нунысюан» (букв.: свадьба новорожденного), обряд «Йыр-пыдсётон» (букв.: отдавание головы и ног [животного]), удмуртские народные сказки, обрядовое моление «Куалавось», весенний обряд «Ай-кай» бавлинских удмуртов, обряд «Шайтан ульян» (букв.: изгнание шайтана), явление традиционного песенного искусства «Именные песни удмуртов».

При этом следует упомянуть, что туристская инфраструктура региона слаборазвита, в связи с этим имеющийся потенциал региона не реализуется в полной мере. Кроме того, многие историко-культурные объекты в настоящий момент нуждаются в реставрации и реконструкции. В данном случае включение их в список культурных объектов, доступных для посещения туристами, могло бы способствовать сохранению данных объектов. В настоящее время они малоиспользуемы.

В настоящий момент опыт и технологии в туристской отрасли способны улучшить имидж практически любого региона. Но следует учитывать тот факт, что данные мероприятия должны осуществляться только на базе единой государственной стратегии, которая должна предусматривать совместную работу объектов наследия и туристских фирм по формированию новых типов туристских продуктов, ориентированных на конкретные группы потребителей, по созданию оригинальных туристских проектов использования природных и историко-культурных ресурсов России. Туристская отрасль зависит от того, насколько привлекательно историко-культурное наследие в плане туризма. На этой базе следует формировать мнение об Удмуртии, как о благоприятном регионе для туризма. Реализация программы развития российского культурно-познавательного туризма в целом, а также отдельных туристских центров и управления ими должна осуществляться путем координации усилий между государственными структурами различных уровней управления, частными туристскими организациями и учреждениями культуры.

Список использованных источников

1. Саранча М.А. Потенциал и организация развития культурного туризма в Республике Удмуртия: монография. – Ижевск: Удмуртский университет, 2011. – 112 с.
2. Министерство культуры и туризма УР официальный сайт. Режим доступа: <http://минкультура.удмуртия.рф>.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ТУРИЗМА
В ГОРОДАХ-ЗАВОДАХ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Шумилов Е.Ф.

Удмуртский государственный университет

**PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL TOURISM
IN TOWNS-FACTORIES OF THE UDMURT REPUBLIC**

Shumilov E.F.

Udmurt State University

Аннотация: Статья посвящена выдающимся памятникам промышленной архитектуры русского классицизма на Камских заводах (Ижевском и Воткинском). Эти объекты, все еще недооцененные в туристическо-экскурсионной практике УР, способны ярко проиллюстрировать важнейшие страницы истории двух городов-заводов.

Abstract: The article is devoted to the outstanding monuments of industrial architecture of Russian classicism in the Kama factories (Izhevsk and Votkinsk). Still undervalued in the tourist and excursion practice these objects are able to clearly illustrate the most important pages in the history of the two cities-factories.

Ключевые слова: города-заводы, промышленная архитектура, классицизм.

Key words: towns-factories, industrial architecture, classicism.

По мере того как устаревающие, «грязные» производства уходят из старых промышленных городов, остающиеся заводские корпуса всё чаще начинают приобретать музейные, развлекательные, рекреационные, оздоровительные функции. Данный процесс начался на Западе несколько десятилетий назад, затронув затем Москву («Винзавод» и другие подобные бывшие промышленные зоны) и Санкт-Петербург («Новая Голландия»). В северной столице также появлялись лофты, то есть всевозможные чердаки или мансарды производственных или жилых зданий, использующиеся как выставочные залы или художественные мастерские.

Данный процесс, к сожалению, менее всего присущ современным городам-заводам Урала, к которым в историческом отношении на территории УР принадлежали и Камские («шуваловские») заводы. Два этих города-завода привлекают сейчас интерес отечественных и зарубежных гостей прежде всего материализованной памятью о двух своих исторических личностях: П.И. Чайковском (Воткинск) и М.Т. Калашникове (Ижевск). Проведя определённые организационные и реставрационные работы, можно не только существенно усилить этот интерес, но и привлечь новых туристов через расширенный показ двух наших шедевров промышленной архитектуры мирового уровня.

Это главные корпуса Ижевского оружейного и Воткинского железоделательного (фактически машиностроительного) заводов. Первый строился по проекту С.Е. Дудина с 1807 по 1846 г., а второй по проекту В.Н. Петенкина с 1828 по 1832 г. Оба архитектора являлись учениками великого русского зодчего А.Д. Захарова, представляя в совокупности прикамскую ветвь его школы.

Оба огромных заводских корпуса, разумеется, упоминаются в экскурсиях по историческим центрам этих городов-заводов. Но масштаб ижевского шедевра экскурсантам трудно почувствовать поскольку значительная часть его заслонена телом плотины с разросшимися деревьями, а воткинский корпус вообще практически полностью скрыт за оградой завода.

В начале 2010-х годов воткинское здание было частично реставрировано, но без восстановления исторического силуэта венчающей башни и без реставрации исторических

интерьеров. Поскольку здание до сих пор используется оборонным заводом организовать его осмотр туристами практически нереально. Зато вполне допустимо раскрыть на город хотя бы лишь один западный фасад, обращённый к мемориальному дому Чайковских. Зрительная связь двух этих равнозначных по исторической ценности объектов прослеживается на знаменитом рисунке В.А. Жуковского 1837 года, на котором также обозначен и ещё строившийся тогда Благовещенский собор.

Восстановление визуального контакта между двумя самыми привлекательными, полностью сохранившимися, аутентичными объектами старого Воткинска позволило бы экскурсантам понять важные особенности той материальной среды, которая формировала эстетические вкусы юного П.И. Чайковского. Одно только раскрытие для зрителей западного фасада главного корпуса позволит наконец-то приблизить этот город-завод к реальному статусу «города-музея» и «города юного Пети Чайковского».

Относительно лучше перспективы туристического использования ижевского главного корпуса, являющегося с февраля 1995 г. объектом культурного наследия федерального значения. В 2009 г. «Ижмаш» (нынешний концерн «Калашников») полностью ушел с исторической площадки. Обветшавшее здание, которое перестали использовать в производственных целях еще в 1992 г., постепенно руинируется. Но к столетию М.Т. Калашникова (2019 г.) здесь предполагается провести первоначальные реставрационные работы с целью размещения в восьми больших залах на четырёх этажах главного корпуса конгломерата неких гуманитарных учреждений и интеллектуальных производств.

После этого главным притягательным «аттракционом» для всех туристов, бесспорно, должен стать подъём по чугунной спиральной лестнице на верхнюю, колокольную площадку заводской башни, что сейчас технически труднодоступно даже для опытных спелеологов. Ещё больший риск – подъём на «вышку», то есть к самому подножию дорической триумфальной колонны. Разумеется, на ней должен быть восстановлен российский орёл, утопленный большевиками в 1919 г. Тем более затруднителен сейчас подъём на саму колонну, которую в старом Ижевске неграмотно именовали «шпилем».

Возрождение к активной жизни главного исторического здания удмуртской столицы будет наилучшим образом способствовать резкому повышению её туристической привлекательности. Смее утверждать, что ничего подобного по размаху, богатству исторических ассоциаций и архитектурным красотам нет среди индустриального наследия ни одного старого промышленного города Западной Европы [1].

Единственным пока в Ижевске и Воткинске примером рационального, гуманитарного использования выдающегося памятника промышленной архитектуры русского классицизма является превращение Арсенала в здание Национального музея УР. Правда это сопровождалось значительными ошибками, допущенными при реставрации здания. Нельзя признать идеальным и характер современного использования данного исторического здания. В идеале здесь наряду с обычными музейными экспозициями должен быть и уголок, реконструирующий главные функции Арсенала (прием, проверка, хранение стрелкового оружия).

Список использованных источников

1) Шумилов Е.Ф. Главный корпус ИОЗ как мегамашина удмуртского Прикамья. XIX-XX вв. Опыт архитектурной археологии. // Историко-культурное наследие – ресурс формирования социально-исторической памяти гражданского общества. Мат-лы всерос. науч.-практ. конф. (XIV Бадеровские чтения). Ижевск, 2013. – С.252-262.

**ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТОВОГО НАСЛЕДИЯ
КИЯСОВСКОГО РАЙОНА УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В ТУРИСТСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Шанеева О.Н.

Удмуртский государственный университет

Гай И.А.

Удмуртский государственный университет

**POSSIBILITIES OF USING OF OBJECTS OF THE CULT HERITAGE OF
KIJASOVSKY DISTRICT OF THE UDMURT REPUBLIC IN TOURIST ACTIVITY**

Shapeyeva O.N.

Udmurt State University

Gay I.A.

Udmurt State University

Аннотация: На сегодняшний день религиозный туризм является одним из активно развивающихся направлений туристской деятельности в мире и в России. Поэтому его развитие для Удмуртской Республики, в частности для Киясовского района, представляет огромный интерес. Религиозный туризм делится на три вида: паломнический туризм, экскурсионный туризм религиозной тематики, научный туризм религиозной тематики. Каждый из видов имеет свои особенности, которые необходимо учитывать при составлении турпродукта. Индустрия религиозного туризма имеет несколько секторов: «Размещение», «Питание», «Транспорт», «Религиозные объекты». Основой для развития религиозного туризма на той или иной территории является сектор «Религиозные объекты» как главный способ привлечения туристов. Именно изучение данного сектора необходимо для выявления потенциала развития в определенном регионе или на определенной территории религиозного туризма. Киясовский район Удмуртской республики имеет несколько привлекательных объектов религиозного туризма (объектов культового значения), среди которых особенно выделяется Свято-Никольский храм в с. Данилово.

Abstract: Nowadays religious tourism is one of actively developing directions of tourist activity in the world and in Russia. Therefore, its progress for the Udmurt Republic, in particular for Kijasovsky district, represents huge interest. Religious tourism is divided into three kinds. There is pilgrim tourism, excursion tourism of religious theme, scientific tourism religious theme. Each type has its own characteristics that must be considered in the preparation of tourism products. Religious tourism industry has several sectors. There is «Placement», «Food», «Transport», «Religious objects». The basis for the development of religious tourism of a territory is «Religious objects» as the main way of attracting tourists. Study of the sector is necessary to identify potential of development in a specific region or in a particular area of religious tourism. Kiyasovsky District of Udmurt Republic has several attractive objects of religious tourism, among which stands out the St. Nicholas church in Danilovo village.

Ключевые слова: религиозный туризм, паломнический туризм, экскурсионный туризм религиозной тематики, научный туризм религиозной тематики, религиозные объекты, Киясовский район, Свято-Никольский храм.

Key words: religious tourism, pilgrimage tourism, excursion tourism of religious themes, scientific tourism of religious themes, religious objects, Kyasovsky district, St. Nikolas Church.

Сегодня религиозный туризм является одним из активно развивающихся направлений туристской деятельности в мире и в России. В настоящее время многие путешествия можно отнести к поездкам с религиозными целями. По оценкам Всемирной туристской организации, около 90% объектов в мире, представляющих туристский интерес, в большей или меньшей степени связаны с религиями, хотя некоторая их часть и утратила свое первоначальное культовое значение.

Представляет значительный интерес развитие религиозного туризма и для Удмуртской Республики, в частности для Киясовского района. А для этого необходимо проанализировать, какие объекты на территории района могут представлять интерес для туристов, путешествующих с религиозными целями, изучить религиозный туризм как один из видов туристской деятельности, его виды, специфику организации, объекты показа и т.д. Только после этого можно приступать к формированию специальных программ подобного рода на территории района.

Существуют различные подходы к определению и содержанию религиозного туризма, а именно соотношению понятий религиозный туризм и паломничество. Часть зарубежных аналитиков, а также некоторые российские эксперты (в их число входят А.В. Бабкин, А.Ю. Александрова, Т.Т. Христов), придерживаются точки зрения, что внутри религиозного туризма существуют два направления: паломническое и познавательно-экскурсионное. Согласно другой точке зрения: религиозный туризм – это составляющая часть паломничества. Некоторые ученые разделяют понятия религиозный туризм и паломничество. А другие наоборот, не проводят никаких четких различий между этими понятиями. [5].

Примем за основу точку зрения отечественных ученых А.Ю. Александровой, А.В. Бабкина и Т.Т. Христовой, что внутри религиозного туризма существуют два направления: паломническое и познавательно-экскурсионное.

Религиозный туризм – вид деятельности, связанный с предоставлением услуг и удовлетворением потребностей туристов, направляющихся к святым местам и религиозным центрам, находящимся за пределами обычной для них среды. Поэтому туристом, путешествующим с религиозными целями, можно назвать человека, выезжающего за пределы обычной среды на срок не более года для посещения святых мест и центров религий.

Религиозный туризм является самостоятельным видом туризма и имеет несколько основных разновидностей:

1. Паломнический туризм – совокупность поездок представителей различных религий с паломническими целями. Термин «паломничество» происходит от латинского слова *palm* – «пальма». В Средние века первые паломники-христиане, совершавшие поездки на Святую землю на праздник «Вход Господень в Иерусалим», привозили оттуда пальмовую ветвь как символ своей веры. Людей могут побуждать различные мотивы для совершения паломничества: желание исцелиться от физических или душевных недугов, помолиться за родных и близких, обрести благодать, набраться сил и т.д. Идея паломничества подразумевает действия в условиях определенных трудностей, добровольно взятые на себя обязательства быть в этих условиях [1].

2. Экскурсионный туризм религиозной тематики предполагает посещение религиозных центров, в которых туристы-экскурсанты смогут увидеть религиозные объекты (действующие культовые и памятные), побывать в музеях и на выставках, принять участие в религиозных мероприятиях. Основной формой подачи материала является экскурсия. Экскурсионные услуги направлены на удовлетворение познавательных интересов туристов.

3. Научный туризм религиозной тематики – поездки ученых, интересующихся религиозным наследием — рукописями, различными культовыми предметами, архитектурными формами как современных, так и ушедших в прошлое религий и т.д. Исследователи направляются в центры существующих религий, страны и регионы с богатыми религиозными традициями [6].

Перейдем к индустрии религиозного туризма. Она является составной частью индустрии туризма в целом. Поэтому в ней можно выделить следующие четыре сектора:

1. Сектор «Размещение». Это совокупность средств размещения – гостиниц, кемпингов, общежитий и т.д.

2. Сектор «Питание» – рестораны, столовые, кафе, предприятия питания на транспорте и т.д.

3. Сектор «Транспорт» – транспортные предприятия и услуги разных видов транспорта.

4. Сектор «Религиозные объекты». В этот сектор входят:

- культовые сооружения – монастыри, святилища, храмы и храмовые комплексы, капеллы, часовни, ступы;

- природные объекты – святые источники, колодцы, горы, водоемы (реки, пруды), роши;

- небольшие объекты культа – придорожные кресты, алтари божеств на обочинах дорог, троп и т.д. [6].

Как было отмечено ранее, религиозный туризм в последние годы становится все более популярным. Поэтому многие регионы стараются его развивать. Рассмотрим возможности для развития религиозного туризма в Киясовском районе Удмуртской Республики. Какие же религиозные объекты есть на территории района?

К культовым сооружениям, имеющимся на территории Киясовского района, можно отнести Свято-Никольский храм в с. Данилово, мечеть в д. Тавзямал, часовню Святых мучеников Флора и Лавра, расположенную между селами Киясово и Первомайский, храма Великомучениц Веры, Надежды, Любви и матери их Софии в с.Первомайское, а также еще строящиеся храм Архангела Михаила в с. Киясово и храм Святого равноапостольного князя Владимира в с. Ермолаево [11].

К природным объектам религиозного туризма можно отнести святой ключ Великомучеников Флора и Лавра, расположенный между селами Киясово и Первомайский, а также некоторые роши и отдельно стоящие деревья, имеющие отношение к языческой религии удмуртов, проживавших на территории район (например, священная роща Луд в д. Карамас-Пельга) [10].

К небольшим объектам культа в Киясовском районе нет можно отнести поклонный крест Святости Малой Родины при повороте в д. Атабаево как указатель правильного направления движения к Свято-Никольскому храму.

Наибольший интерес для развития религиозного туризма на территории Киясовского района представляет Свято-Никольский храм в с. Данилово.

Свято-Никольский храм (или как его еще называют Церковь Спаса или Спасский храм) расположен в центре с. Данилово. Авторы проекта создания храма: архитектор Семен Емельянович Дудин и протоиерей-архитектор Сарапульского благочинья Петр Анкидинович Анисимов [8].

Храм имеет два придела, Свято-Никольским и Спасским, был возведен по резолюции Преосвященного Гедеоны – Епископа Вятского и Слободского, во славу российского воинства и в честь победы в Отечественной войне 1812 года. Теплый престол был освящен 6 мая 1815 года в честь Святого Николая, холодный – 11 июля 1820 года в честь Нерукотворного Образа Христа Спасителя. Возведение второго Спасского зала было организовано по инициативе вернувшихся участников войны 1812-1814 годов. Стенная живопись как внутри, так и снаружи храма, появилась в 1847 году.

Габариты здания: длина – 46 м, ширина колокольни – 6 м, ширина трапезной – 13 м, ширина храма – 13 м, ширина апсиды – 6 м [7].

Как и многие храмы республики, Свято-Никольский храм имеет нелегкую историю. Он является третьим храмом в с. Данилово. Первым считается деревянная Никольская церковь, построенная в 1772 году. В советские годы храм несколько раз закрывали. В первый раз – указом Президиума Верховного Совета УАССР в 1941 году. Второй раз в 1962 году. После этого здание было передано совхозу им. Ленина под производственные мастерские.

Реставрация храма началась в 1991 году и продолжается до сих пор. Объект на начало реставрации находился в очень плохом состоянии. Была разрушена и вывезена

вся ограда храма, частично оконные решетки, полностью все иконы и убранство. Колокольня не имела шпиля и была частично разрушена, главный купол требовал неотложных ремонтных работ, так как все здание было лишено кровли, и вся кладка от дождя и морозов разрушилась. Деятельность храма уже возобновлена, проводятся богослужения. Настоятелем храма является иерей Владимир Шелих.

В 2001 году постановлением Правительства Удмуртской Республики Свято-Никольский храм отнесен к объектам историко-культурного наследия народа Удмуртской Республики.

Свято-Никольский храм имеет несколько особенностей, в соответствии с которым его можно назвать «единственный», «оригинальный», «самый»:

1. Единственный из семи существовавших в прошлом храмов Киясовского района, сохранившийся на сегодняшний день.

2. Самый древний в Удмуртской Республике приход иконы Святителя Николая.

3. Оригинальный памятник культовой архитектуры русского классицизма, по характеру планировки и типу завершения не имеющим аналогов среди храмов Удмуртии. У храма нет привычных круглых куполов – купол четырехгранный без барабана. Непривычно и большое полукруглое окно в верхнем ярусе храма. Необычна колокольня с уникальными по форме окнами, купол которой венчает длинный шпиль, напоминающий шпиль Петропавловской крепости в Санкт-Петербурге.

4. Единственный в Удмуртской Республике, Кировской области и Пермском крае храм, где на наружной стороне колокольни имела светская роспись: Русская армия в Бородинском сражении: сцена обращения главнокомандующего Кутузова М.И. к войскам. Купольная роспись Спасского зала повторяет купольные росписи храма Христа Спасителя в г. Москва.

5. Единственный в Удмуртии храм, где сохранены нательные иконы-образки, которые согласно традиции храма вручались рекрутам и солдатам, уходящим на войну. Например, одна икона-образок переходила из рук в руки с 1877 года в семье Шикаловых из д. Сабанчино Киясовского района [2].

В настоящее время проводится большая работа по популяризации данного храма, как среди населения района, так и за его пределами. Активное участие в восстановлении храма, а также его продвижении, принимает Липин Анатолий Яковлевич – член Попечительского совета, член Российского общества историков архивистов, член Удмуртского республиканского отделения ВООПИК. Попечительский совет по реставрации пытается привлечь посетителей путем организации специальных экскурсионных программ с выездом из г. Ижевска.

С использованием в качестве объекта посещения Свято-Никольского храма на территории Киясовского района можно создать паломнический тур и экскурсионный тур религиозной тематики. В настоящее время уже проводятся единичные паломнические туры и экскурсии для групп школьников, а также любых желающих. Информацию об организации такого тура: время проведения, продолжительность, условия записи, программу – можно узнать на официальном сайте храма, который функционирует с конца февраля 2016 года [9].

В паломнический тур кроме посещения храма можно включить посещение святого ключа Великомучеников Флора и Лавра. Данный способ пытаются практиковать, особенно в периоды церковных праздников.

Экскурсионный тур можно сочетать с посещением Музея художника-баталиста Петра Александровича Кривоногова в с. Киясово и сохранившегося участка южной ветки Екатерининского тракта.

Экскурсионная часть может быть очень интересной и насыщенной. Кроме вышеприведенного списка, в котором описаны особенности храма, есть некоторые интересные факты и истории, которые могут быть использованы для привлечения внимания экскурсантов.

Например, доказанным фактом является то, что Свято-Никольский храм – единственный в Удмуртской республике, Кировской и Пермской областях, Республике Татарстан храм, удостоенный информационно-благодарственных писем Императорский ставки главного командования о военных событиях 1827-1828 годов. Причина пока не установлена [3].

Интересно народное предание о том, что храм появился в 16 веке. Согласно этому преданию, первую церковь в 1590 году здесь построил есаул Даниил. По приказу Ермака он отправился к Ивану Грозному за челобитной, но по дороге был сильно ранен и не смог продолжить путь. Остановился Даниил в небольшой деревне в Вятской губернии, в доме, где стояла икона Николая Чудотворца невиданной красоты. Когда есаул совсем занемог, приснился ему святой, который попросил построить церковь. Вскоре после выздоровления Даниил пошел к старосте обсудить строительство церкви и узнал, что жители деревни уже много лет думали о строительстве храма. Так появился храм, а вместе с ним и новое имя деревни – Данилово [4].

Все это может использоваться для привлечения туристов.

Но есть и некоторые отрицательные факторы, которые могут препятствовать развитию религиозного туризма на территории Киясовского района. Во-первых, у района уже есть другой развитый туристический бренд – Центр удмуртской культуры в д. Карамас-Пельга, – который плохо сочетается со Свято-Никольским храмом (Центр удмуртской культуры больше связана с языческой религией, Свято-Никольский храм – с православием). Да и другие туристские объекты с большим трудом можно связать с посещением храма в тематическом плане для композиционной завершенности тура. Во-вторых, развитию религиозного туризма может помешать недостаточно развитая инфраструктура. Особенно некачественное состояние дорожного полотна до с.Данилово. В-третьих, в Удмуртской Республике, да и в соседних регионах, есть уже более известные объекты религиозного туризма (например, Мало-Дивеевский Серафимовский женский монастырь в с. Норья), которым туристы могут отдать предпочтение в силу большей известности или доступности.

Религиозный туризм на территории Киясовского района действительно имеет ресурсы для развития. Наиболее значимым является Свято-Никольский храм в с. Данилово. Он может использоваться в качестве главного объекта показа, как в паломнических турах, так и в экскурсионных турах религиозной тематики. Несмотря на имеющиеся отрицательные факторы, которые могут помешать развитию религиозного туризма, своеобразная архитектура и богатая история храма могут служить хорошим фактором привлечения туристов.

Список использованных источников

1. География туризма / Под ред. А.Ю. Александровой. – М.: КНОРКУС, 2008. – 592 с.
2. Липин А.Я. Бывших храмов звон колокольный // Бывших храмов звон колокольный: материалы Киясовской районной конференции историков-архивистов 24 апреля 2008 года. – Киясово, 2009. – С.8-16.
3. Липин А.Я. Роль православных храмов в патриотическом воспитании населения в XIX веке // И клятву верности сдержали...: сборник статей Республиканской научно-практической конференции 21 сентября 2012. – Ижевск, 2012. – С.36-41.
4. Русалева М. Возрождение святыни // Агропром Удмуртии. – 2015. – № 6 (128). – С. 64-65.
5. Современное состояние религиозного туризма и его социальная роль в России и за рубежом: аналитический обзор. – М.: Международная туристская академия, 2010. – Режим доступа: <http://yandex.ru/clck/jsredir>.

6. Христов Т.Т. Религиозный туризм: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – 2-е издание, исправленное – М.: Академия, 2005. – 288 с.

7. Церковь Спаса (Свято-Никольский храм), село Данилово, Киясовский район Удмуртской Республики. – Режим доступа: <http://tehne.com/object/culture/svyato-nikolskiy-hram-s-danilovo>.

8. Шумилов Е.Ф. Из истории даниловской святыни // Бывших храмов звон колокольный: материалы Киясовской районной конференции историков-архивистов 24 апреля 2008 года. – Киясово, 2009. – С.26-30.

9. <http://hram-danilovo.ru> – официальный сайт Свято-Никольского храма в с. Данилово Киясовского района Удмуртской Республики.

10. <http://kiasovo.udmurt.ru/city> – официальный сайт Киясовского района.

11. <http://kiasovo.cerkov.ru/main-page> – официальный сайт храма Архангела Михаила в с. Киясово Киясовского района Удмуртской Республики.

УДК 338.46(09)(045)

СОХРАНЕНИЕ И ПРЕУМНОЖЕНИЕ РУССКИХ ТРАДИЦИЙ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Донецкова Е.Ю.

Российский государственный университет туризма и сервиса

PRESERVING AND INCREASING RUSSIAN TRADITIONS IN HOTEL BUSINESS

Donetskova E.Y.

Russian State University of Tourism and Service

Аннотация: Данная статья представляет собой описание концепции по привлечению и сохранению клиентов в отеле, путем модернизации уже имеющейся услуги на основании экономики впечатлений. Этот метод позволит гостинице, при минимальных финансовых затратах и в условиях нехватки территориальных ресурсов быть более конкурентоспособным по сравнению с отелями той же категории. В статье описываются тенденции развития дополнительных услуг. В работе исследуется проблема узконаправленного взгляда стенографий гостиниц на историческое развитие страны. В процессе исследования предлагается перечень исторических эпох и народностей, культурные традиции и обычаи которых, можно использовать при встрече гостя для создания соответствующей атмосферы. Также прописан определенный сценарий по одной из предложенных концепций, который создает общую картину встречи гостя.

Abstract: This article represents the description of the customer capture and retention in an office concept by modernizing of the available service on the basis of the experience economy. This method will allow hotel with the minimum financial expenses and in the conditions of shortage of territorial resources be more competitive in comparison with hotels the same category. In this article describe the tendencies of development of additional services. In this work is explored a problem of narrowly targeted book of stenography of hotels for historical development of the country. In process of researching are offered a list of historical eras and nationalities, cultural traditions and customs which can be used at guest's meeting for creation adequate atmosphere. Also the certain scenario is registered by one conception which create the overall picture of the guest's meeting.

Ключевые слова: история, гость, гостиничный бизнес, впечатление, услуга.

Key words: history, guest, hotel business, impression, service.

Увеличение количества гостиниц и иных средств размещения, бурное развитие сферы гостиничного бизнеса [1] привело к высокой конкуренции на гостиничном рынке. Почти каждый отель предлагает высокий спектр услуг. Клиента уже практически

невозможно удивить наличием спа зон, различных кафе и ресторанов, магазинов, бильярдных, гольф клубов. Именно поэтому, почти каждая гостиница стремится иметь нечто оригинальное, что нельзя встретить в другом отеле, и часто это является неповторимой услугой.

Существует немало идей по внедрению новых услуг в ту или иную гостиницу. Весьма ярким примером является создание картинга при отеле. Но, довольно часто, тот или иной отель, находящийся в мегаполисе, испытывает нехватку территориального ресурса и не может позволить себе внедрить услугу такого рода, что является основной проблемой. Основываясь на экономике впечатлений, можно сказать, что гостиница – это одна огромная сцена [2, 5], представляющая собой постоянный творческий поиск по привлечению новых гостей и поддержки интереса среди постояльцев, возможность подарить им новые и незабываемые эмоции. Одной самой простой, но в то же время, весьма ответственной функцией является встреча гостя, в процессе которой у него формируются первые ощущения и определенные представления о сделанном им выборе.

Как правило, политика сетевых отелей направлена на поддержку исторически сложившихся традиций той или иной страны, располагая определенной стенографией, в которой прописаны мероприятия, предназначенные для встречи гостя. Самым распространенным является встреча гостей, в праздничном русском народном костюме, с караваем, лежащем на руках, на вышитом всевозможными узорами рушнике. Это очень яркая и запоминающаяся встреча, особенно для иностранных гостей, но она уже не является чем-то новым. Не стоит забывать, что история России вмещает в себя различные исторические эпохи, культурные традиции различных этносов и народов, и как много ярких открытий можно совершить для гостя, всего лишь обратившись к историческим фактам.

Одними из ярких представителей своеобразной культуры, широкоизвестной некогда в кругах купцов, являются цыгане. С их неумной жаждой жизни, яркие и темпераментные, с гитарами и протяжными песнями, кочевой народ в пестрых одеяниях, весьма уместен для встречи гостя и создания хорошей атмосферы. Другим примером, как вызвать расположение гостя, может являться использование культурных традиций народов севера, а именно якутов, которые завораживают своими неповторимыми и загадочными танцами, песнями, костюмами.

Обращаясь к историческим эпохам, чтобы создать более изысканную атмосферу, можно вспомнить «Николаевскую эпоху». Устроить вечер, некий светский раут для дам и кавалеров, неспешно ведущих беседы. Тем самым можно воссоздать атмосферу дворянской жизни, с ее неповторимым укладом. Абсолютно противоположной может являться встреча гостя пионерами в красных галстуках или же стилистами. Данную идею можно раскрывать и развивать практически до бесконечности. Она универсальна.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить ряд требований, создать определенный сценарий, в котором необходимо:

1. Выбрать тематику;
2. Написать текст;
3. Учесть количество сотрудников, участвующих во встрече гостей;
4. Распределить роли выполнения действий;
5. Подготовить костюмы, согласно выбранной исторической эпохе.

На примере обычаев народов Якутии можно создать следующий сценарий. Обращаясь к историческим источникам, гостям необходимо показать одну из частей традиционного, весенне-летнего праздника якутов – Ысыах [6]. С учетом того, что гости находились в дороге, и имеют потребность в отдыхе, сам прием не должен быть утомительным и продолжительным. Оптимальным количеством действий можно назвать два-три представления. Сотрудники, в количестве пяти человек, находятся в лобби отеля. Девушки в праздничных выходных костюмах и серебряных украшениях [4] угощают прибывающих гостей традиционными лепешками и напитком – кумысом из национальной

посуды, которая сделана из дерева березы с резными узорами. Они же рассказывают о данной традиции и блюдах и приглашают принять участие в дальнейшем кульминационном действии, в танце – хороводе Осуохой [3], который сопровождается пением.

Например, при встрече гостей можно предложить такой контрольный текст:

«Добрый день, Уважаемы гости. Сегодня, вы стали участниками национального праздника Ысыах якутского народа. Это праздник Нового года, всеобщий день рождения Природы и человека, коневодства и изобилия. Сейчас вам дается уникальная возможность переиграть судьбу заново. Просим вас отведать национальные лепешки и кисломолочный напиток, под названием кумыс.

А теперь, дорогие гости, чтобы стать единым целым, почувствовать положительную энергию, просим вас присоединиться к танцу хороводу Осуохой с песнями, который символизирует Солнце, приносящие тепло, радость и благополучие.

Надеемся, что вам понравился наш прием. Позвольте проводить вас на регистрацию. Хорошего вам отдыха и времяпрепровождения в нашем отеле».

Таким образом, всего лишь обратившись к историческим корням, расширив кругозор, можно с легкостью изменить и улучшить услугу, привлечь большее внимание и интерес гостя, сохранить и не утратить русские традиции, столкнуться с меньшим количеством финансовых и территориальных затрат по сравнению с созданием новой услуги. Гостиница также сможет позиционировать себя, как более привлекательный отель по сравнению со своими конкурентами, стать более конкурентоспособным.

Список использованных источников

1. Муллагалиев А.Р. Особенности конкуренции на рынке гостиничных услуг // Российское предпринимательство. – 2010. – №10. – С. 140-145.
2. Пайн Дж. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: «Вильямс», 2005.
3. Романова Е.Н. Национальный праздник ЫСЫАХ – символ якутской культуры // Научно-популярный иллюстрированный журнал Тальцы. 2008. №1.
4. Саввинов А.И. Традиционные металлические украшения якутов XIX – начала XX вв : дис. ... канд. ист. наук: 07.00.07. Якутск, 1999.
5. Саранча М.А. Базовые сущностные вопросы развития туристских территорий с позиций системного подхода // СЕРВИС plus. 2016. №3. Т.10. С. 84-92.
6. Традиции и обычаи якутов. Культура и быт народов Якутии // FB.ru URL: <http://fb.ru/article/214598/traditsii-i-obyichai-yakutov-kultura-i-byit-narodov-yakutii> (дата обращения: 18.09.2016).

КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК МЕТОД РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Фертиков Д.В.

Удмуртский государственный университет

CULTURAL-COGNITIVE TOURISM AS A METHOD OF DEVELOPMENT OF THE REGIONS

Fertikov D.V.

Udmurt State University

Аннотация: Данная статья посвящена культурно-познавательному туризму как методу развития регионов, благодаря которому, человек постигает и овладевает культурой нашей планеты посредством ее изучения и переживания различных культур во всевозможных окраинах.

Показано, что ориентация на туризм, в том числе культурно-познавательный, касательно почти всех регионов, может быть катализатором социально-экономического развития территорий, настоящей предпосылкой для экономического и социокультурного восстановления.

Автором была изучена специфика туристической деятельности, которая, в свою очередь, сопровождается значительным потреблением туристических ресурсов, в связи, с чем туризм серьезно заинтересован в их сохранности, регулировании потребления и их воспроизводстве.

Abstract: This article is devoted to cultural-cognitive tourism as to a method of development of the regions through which person understands and masters the culture of our planet through study and experience different cultures in various remoter areas.

Almost in all regions focus on tourism including cultural-cognitive can be a catalyst for socio-economic development of territories, the present precondition for the economic, social and cultural recovery.

The author has studied a specific character of tourist activity which is accompanied by significant consumption of tourist resources, therefore tourism seriously is interested in their safety, regulation of consumption and their reproduction.

Ключевые слова: Туризм, культурно-познавательный туризм, туристические ресурсы.

Key words: Tourism, cultural-cognitive tourism, tourist resources.

В настоящее время культурно-познавательный туризм наиболее актуален для развития регионального туризма.

Под определением культурно-познавательного туризма, в данном случае подразумевается необходимость духовного постижения и овладения культурой нашей планеты посредством ее изучения, конкретного понимания и переживания различных культур во всевозможных окраинах. Там увиденное оборачивается достоянием, штрихом идеи и эмоций путешественника, изменяя кругозор его мировосприятия.

Современные исследователи предлагают разнообразные типы классификаций туризма. Это семейный, познавательный, спортивный, деловой, и т. д. И поскольку определение культурно-познавательного туризма не завязано лишь на изучении отдельных государств, их традиций и обычаев, то, в свою очередь, это еще взаимообмен личным опытом и навыками.

Объектами туристического внимания могут быть античные города, музеи, естественные памятники и сотворенные рукой человека, интересные места, городские ландшафты, а также этнические и фольклорные памятники и т. д. Аудитория культурно-познавательного туризма довольно широка. Она в наименьшей степени находится в зависимости от возрастной категории путешественников, на первый план выходит сфера их интересов. Привлекать внимание человека может почти все, ему свойственно нечто диковинное и неповторимое. Потому при исследовании рынка, подготовке тура и

рекламировании, наиболее важным является необходимость в том, чтобы были освещены наиболее интересные стороны туристического маршрута.

Культурное наследие каждой страны включает в себя не лишь творения художников, архитекторов, музыкантов, писателей, работы выдающихся ученых, но в тоже время и нематериальное достояние, в состав которого входит фольклор, народные промыслы, фестивали, различные ритуалы и т. п., знакомство с которыми также протекает в рамках культурно-познавательного туризма. Все это и позволяет считать культурно-познавательный туризм ценным орудием формирования культурных связей и международного сотрудничества.

Как показывает всемирный опыт, продвижение туризма является действенным средством пополнения экономической базы в долгосрочной перспективе, он стимулирует рост заработков соседних отраслей и способствует совершенствованию экономики региона в целом. Это согласованно с тем, что сфера услуг, как одна из стремительно развивающихся сфер предпринимательства, обладает огромным потенциалом для роста заработков и создания новых рабочих мест.

Сосредоточение интереса на базе плодотворного применения культурно-исторического наследия и процветании культурно-познавательного туризма является весьма актуальной задачей для РФ. Потому что в сложившейся обстановке, когда происходит преобразование технологического уклада, спад промышленной выработки, ориентация на сырьевое направление государственной экономики, именно вовлечение памятников культурного наследия, которыми изобилует Россия, в хозяйственный оборот туристической сферы может открыть новые возможности для социально-экономического и культурного восстановления регионов страны.

Регион с позиций интересов регионального туризма рассматривается, во-первых, как пространственно-определенная территория, на которой располагаются объекты туристского интереса и инфраструктура, обслуживающая туристов. Во-вторых, как социально-экономический комплекс, обеспечивающий устойчивое развитие туризма в регионе посредством предоставления квалифицированных рабочих кадров, формирования и управления туристской дестинацией. Туризм с позиций интересов развития регионального туризма рассматривается как целевой ресурс восстановления жизненных сил местного населения и приезжих туристов; как самостоятельный хозяйственный комплекс, обеспечивающий занятость населения и поступление дополнительного дохода в регион; как фактор сохранения природно-рекреационного потенциала и повышения конкурентоспособности региона. В России имеется немало регионов с большим потенциалом для формирования и развития туризма.

Сейчас культура является важным стратегическим ресурсом устойчивого социально-экономического развития. Актуализация культурно-познавательного туризма в отечественной туристической отрасли подразумевает разрешение серьезной проблемы – возрождение и развитие небольших и средних городов, владеющих культурным потенциалом. Объекты культурно-исторического наследия наших регионов имеют все шансы стать их настоящими преимуществами. Восстановление регионов методом воспроизводства собственного культурно-исторического значения в процессе развития индустрии туризма несет в себе огромный мультипликативный результат: от восстановления экономики и смягчения общественного напряжения, до выравнивания региональной политики и актуализации культурного потенциала сообщества.

Россия владеет значительным природным и культурным потенциалом для поступательного развития сферы туризма. Ориентация на туризм, в том числе культурно-познавательный, касательно почти всех регионов, может быть катализатором социально-экономического развития территорий, настоящей предпосылкой для экономического и социокультурного восстановления.

Культурно-познавательный туризм в России рассматривается как отрасль, которая способна дать положительный результат при формировании, как региональной индустрии

гостеприимства, так и в смежных отраслях, а на отдельных территориях – как база социально-экономического развития. К тому же, в дискурсивном плане туризм нужно исследовать как отрасль экономики, как межотраслевой комплекс, как экономическую активность равносильных компаний и путешественников. В РФ при наличии довольно большого естественного и историко-культурного потенциала отмечается едва ощутимое формирование культурно-познавательного туризма как экономической отрасли. Богатейший потенциал городов и небольших поселений регионов в настоящее время не раскрыт. Преодоление данных отрицательных веяний подразумевает разработку и продвижение новейших туристско-экскурсионных маршрутов и программ в России. Новые программы обязаны быть нацелены на сохранение историко-культурного наследия, на организацию и переустройство туристического потенциала регионов.

Туризм – лучший метод знакомства с иной культурой. Гуманитарный смысл туризма содержится в применении его способностей для развития личности, ее творческого потенциала, расширения горизонта познаний. Рвение к познанию постоянно было неотделимой чертой человека. Сочетание рекреации с постижением бытия, прошлого и цивилизации иного народа – одна из задач, которую в совершенной мере способен решать туризм [1].

Сегодня основными направлениями развития туризма в России является внутренний и въездной туризм. Изучение своего прошлого и использование опыта и достижений сотен поколений, живших до нас, как нельзя лучше будут способствовать его развитию [2].

Узреть мир, узнать, почувствовать – значительная часть восстановительной функции туризма, содержащая в себе внушительный гуманитарный потенциал. Знакомство с культурой и обычаями иной страны обогащает духовный мир человека [3].

Культурно-познавательный туризм в нашей стране на сегодняшний день является одним из самых распространенных типов туризма. Люди интересуются культурой, достопримечательностями, историей тех или иных регионов. Этот вид туризма становится все популярней. Современное поколение посвящает огромное количество времени путешествиям, пытаясь увидеть наш мир, понять законы его существования и выяснить то, как же всё начиналось, и к чему мы, в конечном счете, пришли. Во всех этих вопросах нам и помогает разобраться культурно-познавательный туризм, так как потребность человека обогащаться духовно делает возможным его дальнейшего развития.

Культурно-познавательный туризм – это путешествие с познавательными целями, которое знакомит туриста с культурными ценностями, расширяет его кругозор [8].

Свое широкое распространение культурный туризм получил во второй половине XX века, в то время многие развитые страны переходили от индустриального к постиндустриальному обществу, одной из многочисленных особенностей которого является значительное расширение доступа к культурным благам. Наибольшей популярностью в настоящее время пользуется культурно-познавательный туризм. В 80-е годы академик Д.С. Лихачев подчеркнул, что для сохранения жизни человека не менее важна, чем природная биологическая среда, среда, созданная культурой его предков и им самим. Культура – это душа нации [4].

Роль культурно-познавательного туризма в современном мире весома, он затрагивает все сферы деятельности общества, в том числе культуру, экономику, социальную жизнь. Мощность туристического развития, масштабы туризма во многом зависят от признания мировым обществом ценности культурного и естественного потенциала страны, ее наследия [5].

В настоящее время не что иное, как культура и наследие формируют причастность мирового общества к стране, её притягательность с позиций не только лишь социальных отношений и туризма, но бизнеса. В нынешнее время подлинного почтения возможно достигнуть через тот вклад, который государство вносит в мировую культуру, науку и

экономику (как доли общей культуры), в формирование цивилизованных отношений между народами, странами, людьми [16].

Культурно-познавательную активность путешественника можно объединить следующим образом:

- знакомство с разными историческими, архитектурными либо культурными эпохами методом посещения архитектурных памятников, музеев, исторических маршрутов;
- посещение театрализованных представлений, кино, театров, фестивалей, религиозных празднеств, выставок картин, скульптур, фото и т. п.;
- посещение лекций, семинаров, симпозиумов, курсов иностранного языка, коммуникативных тренингов;
- участие в демонстрациях фольклора, национальной кухни и прикладного искусства на фестивалях фольклорных ансамблей и выставках национального народного творчества [19].

Надо отметить тот факт, что именно культурный туризм развивает разные формы человеческого общения, устанавливая и закрепляя взаимопонимание между людьми разных национальностей, уважение к многообразию культур и обычаев. Культура в свою очередь является главной основой процесса развития, сохранения и укрепления независимости и самобытности народов.

Расширению современного познавательного туризма способствуют развитие всех видов транспорта, межрегиональные и международные культурные контакты, становление и совершенствование индустрии туризма в нашей стране и в мире. Лишь единицы иностранных туристов и немногие наши соотечественники дают себе отчет о том, что на территории большинства областей и районов Российской Федерации находятся уникальные археологические, этнографические, исторические, архитектурные и природные памятники. В последние десятилетия в нашей стране были открыты выдающиеся исторические памятники эпохи палеолита, неолита, эпохи бронзы, раннего железного века и Средневековья, содержащие культурные и художественные ценности, которые по уровню эстетического исполнения и исторической значимости сопоставимы с широко известными сокровищами древних цивилизаций. Эти памятники, по мнению специалистов, представляют собой огромный культурный потенциал для развития регионального туризма. Нужно отметить, что введение в туристский оборот местных достопримечательностей даст заметный толчок для развития культурно-познавательного туризма, который становится популярным и востребованным во всем мире [6].

Также присутствует и еще одна очень важная сторона в этом вопросе – это проблема образования и воспитания. Развитие культурного туризма, способствующего гармонизации человека и общества, человека и природы, во всех развитых странах находится в поле зрения государства. Основными объектами такого туризма являются памятники истории, природы и культуры, археологии. Как раз-таки эти памятники и являются постоянными значительными источниками дохода, решая проблему предоставления рабочих мест и способствуя познанию малой родины.

Культурно-познавательный туризм имеет свои три основных особенности:

- 1) активная роль и позиция туриста имеют первостепенное значение, высокая степень права выбора маршрутов и форм их прохождения;
- 2) привлекающая роль не отдельных уникальных памятников, как было раньше, а целостного культурного окружения;
- 3) культурные ресурсы того или иного региона России выступают как культурный капитал, способный к воспроизводству, в том числе и за счет поступлений от современных форм туризма.

Главными факторами нынешнего культурно-познавательного туризма, по мнению исследователя М.Ю. Горбуновой, являются, во-первых, клиенты, которые выступают как

потребители данных услуг; во-вторых, те организации, которые собственно и предоставляют доступ к этим услугам.

Разнообразный по тематике познавательный туризм подразделяется на два основных типа: стационарные туры (включают в себя городские экскурсии) и маршрутные туры (большинство предлагаемых комплексных туристских проектов и путешествий). В любом из этих случаев познавательный туризм является концентрацией объектов культурного наследия, таких как:

- 1) памятники археологии;
- 2) культовая и гражданская архитектура;
- 3) малые и большие исторические города;
- 4) сельские поселения;
- 5) музеи, театры, выставки;
- 6) социальная инфраструктура;
- 7) объекты этнографии, центры прикладного творчества;
- 8) технические комплексы и сооружения [8].

Как и другие направления, культурно-познавательный туризм организуется вокруг достопримечательностей, по которым можно условно его разделить на несколько видов:

- культурно-исторический (интерес к истории страны, посещение исторических памятников и памятных мест, тематических лекций по истории и других мероприятий);
- культурно-событийный (интерес к старинным традиционным или современным постановочным культурным мероприятиям или «событиям» (праздникам, фестивалям) и участие в них);
- культурно-религиозный (интерес к религии или религиям страны, посещение культовых сооружений, мест паломничества, тематических лекций по религии, знакомство с религиозными обычаями, традициями, ритуалами и обрядами);
- культурно-археологический (интерес к археологии страны, посещение памятников древности, мест раскопок, участие в археологических экспедициях);
- культурно-этнографический (интерес к посещению родины предков, знакомство с культурным наследием своего исконного народа, этнических заповедных территорий, этнических тематических парков);
- культурно-антропологический (интерес к представителю этноса в развитии, с точки зрения эволюции; посещение страны с целью знакомства с современной «живой культурой»);
- культурно-экологический (интерес к взаимодействию природы и культуры, к природно-культурным памятникам, посещение природно-культурных ансамблей, участие в культурно-экологических программах) [15].

В современном мире культурно-познавательный туризм обеспечивает нравственное, образовательное единство человечества, способствует утверждению толерантности, т.е. уважению, принятию и правильному пониманию богатого многообразия культур нашего мира. Путешествия подразумевают межкультурное взаимодействие. Как ни один человек не может жить без каких-либо взаимоотношений с другими людьми, так и ни одна этническая общность не способна существовать в абсолютной изоляции от других народов. Практически каждый человек и этнос в той или иной степени открыт для новых контактов и восприятия культурных достижений других людей, народов и народностей и одновременно сам готов поделиться собственными культурными достижениями и ценностями.

При помощи культурно-познавательного туризма мы обладаем возможностью изучить и понять принципы выживания и образ жизни многих народов в разных уголках нашей планеты, открыть доступ к историческим и культурным ценностям. Такой вид туризма одновременно учит и развлекает, позволяет накопить бесценный опыт встреч с разными культурами и выработать собственную систему ценностей и приоритетов. Человек познаёт мир, и тем самым делает для себя выводы, которые в дальнейшем влияют

на его жизнь, поведение и действия в определённых ситуациях. Культурные деятели разных эпох и народов становятся кумирами, а модель их поведения примером для подражания. Культурно-познавательный туризм даёт нам шанс ознакомиться с творчеством иной культуры, эпохи, другим образом жизни и нормами поведения, другими обычаями, традициями – другим миром [12].

Именно в процессе прохождения экскурсий, посещений музеев осуществляется знакомство с историей своей Родины, с искусством и тем самым зарождается гордость за своё Отечество, любовь к нему и, следовательно, патриотизм.

Культурно-познавательный туризм развивается сегодня в трех взаимосвязанных и взаимодополняющих направлениях:

1. познание культуры и культурного наследия;
2. охрана и возрождение культуры;
3. диалог культур.

Конечно, в наше время всё изменилось, прогресс не стоит на месте, но даже при встрече с чем-то новым мы полагаемся на то, что уже изучено, чтобы двигаться вперед. Человек, который интересуется культурой различных народов, событиями в культурной жизни, историей воспринимается в обществе как интересный образованный собеседник с широким кругозором.

Также в основе культурно-познавательного туризма лежит потребность в духовном освоении культуры. Такой вид туризма формирует гармонично развитую личность, даёт возможность активно познавать нечто новое для себя. Обеспечивает уважение к человеческому достоинству и индивидуальности, признание самобытности культур и моральных ценностей народов [11].

Сейчас туризм является наиболее важной отраслью экономики многих стран. Регулярно расширяется география туризма и его разновидности. Для начального развития туризма в каком-либо регионе, необходимо, прежде всего, наличие в этом регионе туристических ресурсов. Как показывает практика, туристические ресурсы определяют собой формирование различных видов туристического бизнеса [17].

Туристические ресурсы – это природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристического показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил [20].

Правильное сочетание разных видов ресурсов, которые вкуче или порознь могут удовлетворять различные запросы и потребности туристов, способствует росту туристического движения, поэтому колоссальное внимание придается исследованию и оценке туристических ресурсов.

В свою очередь туристические ресурсы можно разделить на две группы:

- природные (природно-рекреационные);
- инфраструктурные (рекреационно-познавательные).

Сейчас чтобы добиться успеха в развитии туристического бизнеса требуется наличие обоих этих групп. Даже при высоких привлекательных свойствах природных ресурсов без наличия средств связи и должной инфраструктуры, памятников культуры и искусства туристический бизнес для широкого круга потребителей невозможен [10].

Фундаментальной основой формирования туристического продукта являются, безусловно, природные ресурсы – компоненты природной среды, используемые для организации отдыха и оздоровления людей. Они существенным образом оказывают влияние на туристические потоки, придавая им тем самым, определенное направление и структуру во времени и пространстве. Множество природных ресурсов истощаются во время их использования на цели туризма. Часть их не возобновляется, другая – восстанавливается (самостоятельно или при участии человека). Притягательность той или иной территории для развития туризма во многом зависит от наличия культурно-исторических ресурсов (памятники истории и культуры, культовые сооружения,

мемориальные места, народные промыслы и т. д.). Культурно-историческое наследие охватывает всю социокультурную среду с традициями и обычаями, ее особенностями бытовой и хозяйственной жизни [7].

В большей степени популярными формами внедрения культурно-исторических ресурсов в систему туристического сервиса являются организация музеев и формирование туристско-экскурсионных маршрутов. Одной их составных частей туристических ресурсов являются объекты туристического интереса, обладающие целым рядом общих характеристик, таких как:

- привлекательность (аттракция) для туристов;
- познавательная ценность (связь объекта с конкретным историческим субъектом, жизнью и творчеством известных людей, эстетические достоинства);
- рекреационная ценность (возможность использования объекта для организации отдыха и оздоровления туристов);
- известность (популярность среди туристов);
- необычность (экзотичность);
- выразительность (взаимодействие объекта с окружающей средой, зданиями, сооружениями, природой);
- сохранность (состояние объекта, его подготовленность к приему туристов);
- месторасположение (расстояние до объекта, удобство подъезда к нему, пригодность дороги для передвижения автотранспорта, природная обстановка, определяющая объект) [13].

Использование туристических ресурсов невозможно без определенной инфраструктуры туризма, под которой понимается комплекс сооружений, инженерных и коммуникационных сетей, дорог, смежных туристической индустрии организаций, обеспечивающих доступ туристов к туристическим ресурсам и их рациональное использование в целях туризма.

Особой ролью наделяются информационные туристические ресурсы – это совокупность информации о конкретной территории или объекте, об истории территории, о культуре, природе и населении, получаемой туристами для своего путешествия. В связи с этим значимым является функционирование туристско-информационных центров (ТИЦ), располагающихся в туристических центрах и предоставляющих туристам широкий спектр необходимой для них информации [14].

Также стоит сказать о том, что в силу своей специфики туризм занимает важное место в группе отраслей народного хозяйства, имеющих ярко выраженную ориентацию на использование природных ресурсов. Если продукция других отраслей национальной экономики транспортируется к потребителю, то результатом деятельности туристической отрасли являются целевые перемещения потребителей (туристов) к местам сосредоточения данных туристических ресурсов. При этом в отличие от других отраслей, в туристической отрасли не происходит изъятие, переработка и глобальные изменения качественных и количественных характеристик туристских ресурсов [9].

Туристическая деятельность сопровождается значительным потреблением туристических ресурсов, поэтому туризм серьезно заинтересован в их сохранности, регулировании потребления и их воспроизводстве. Поэтому концепция устойчивого развития туризма ООН – ВТО, Глобальный Этический Кодекс Туризма, Хартия туризма, а также рекомендации международных туристских конвенций и деклараций предполагают бережное и разумное природопользование, а также сохранение и приумножение туристических ресурсов.

Туристические ресурсы являются национальным достоянием. Часть из них, имеющих особое значение, отнесена к объектам и памятникам мирового значения, перечень которых устанавливает и ежегодно обновляет ЮНЕСКО.

В Глобальном Этическом Кодексе Туризма сказано, что туристическая политика и ее деятельность должны осуществляться на основе уважения художественного,

археологического и культурного наследия. В целях его защиты и сохранения для будущих поколений; особое внимание при этом уделяется охране и заботе о памятниках, святынях и музеях, двери которых должны быть всегда открыты для посещения туристами. Кодекс призывает поощрять доступ туристов к культурным ценностям и памятникам, находящимся в частном владении, при уважении прав их владельцев, а также в зданиях религиозного характера без ущерба для культовых потребностей [21].

Иногда из-за чрезмерной и нерациональной эксплуатации природного и культурно-исторического потенциала, несоблюдения норм антропогенной нагрузки происходит его разрушение.

С целью сохранения туристических ресурсов практически во всех странах выделяются охраняемые территории, где хозяйственная деятельность ограничена или прекращена вообще, за исключением той, которая необходима для развития растительного и животного мира и сохранения культурно-исторических объектов. Туристическая деятельность на данных территориях осуществляется строго по плану, в контролируемых объемах и видах, с особым учетом пропускной способности территории или объекта [18].

Таким образом, можно говорить о том, что культурно-познавательный туризм влияет не только на мировоззрение человека, но и на всю его жизнь. Роль культурно-познавательного туризма огромна, он затрагивает все сферы деятельности общества, в том числе культуру, экономику, социальную жизнь. Интенсивность туристского развития, масштабы туризма во многом зависят от признания мировым сообществом ценности культурного и природного потенциала страны, ее наследия. В настоящее время именно культура и наследие определяют отношение мирового сообщества к стране, ее привлекательность с позиций не только социальных отношений и туризма, но и бизнеса. Должного уважения в современных условиях можно добиться путем того вклада, который страна вносит в мировую культуру, науку и экономику, в развитие цивилизованных отношений между народами, странами, людьми. Культурно-познавательный туризм сопровождается значительным потреблением туристических ресурсов, поэтому туризм серьезно заинтересован в их сохранности, регулировании потребления и их воспроизводстве. Туристические ресурсы это те природные и инфраструктурные объекты, без которых не может существовать культурно-познавательный туризм, они являются национальным достоянием и именно от них зависит притягательность той или иной территории.

Список использованных источников

1. Аванесова Г.А. Туризм, гостеприимство, сервис. Словарь: справочник/ Г.А. Аванесова – М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм/ М.Б. Биржаков. – СПб.: дом Герда, 2006. – 320 с.
3. Власова А.А. Туризм. Учебно-методическое пособие/ А.А. Власова, А.Г. Нагорный. – М.: Высшая школа, 1997. – 145 с.
4. Долженко Г.П. Основы туризма/ Г.П. Долженко – М.: MapT, 2008. – 320 с.
5. Дурович А.П. Организация туризма: учеб.пособие/ А.П. Дурович – Минск: Новое знание, 2006. – 640 с.
6. Ильина Е. Н., Штыхно Д. А. Статья// Туризм в России и за рубежом. 2006. №1. С. 10-16.
7. Истомина Э. Г., Гришуныкина М. Г. Внутренний туризм и туристические ресурсы России/ Истомина Э. Г., Гришуныкина М. Г. – М.: Издательский центр РГГУ, 2012. – 288 с.
8. Квартальнов В. А. Культура как фактор туристской мотивации. Культурный или познавательный туризм/ В. А. Квартальнов – М.: 2003. – 239 с.

9. Квартальнов В. А. Туризм: учебник – 2-е изд. / В. А. Квартальнов – М.: Финансы и статистика, 2006. – 336 с.
10. Колотова Е. В. Рекреационное ресурсоведение/ Е.В. Колотова – М.: РМАТ, 2004. – 133 с.
11. Колпащикова Т. Ю. Социальные аспекты культурно-познавательного туризма. Инновационные процессы в сфере сервиса: проблемы и перспективы/ Т. Ю. Колпащикова Том III. – СПб.: Издательство СПб ГУСЭ, 2010. – 244 с.
12. Королев Д. С. Виды культурологической практики туризма // Аналитика культурологии. – 2013. – № 26. – С. 168-174.
13. Косолапов А. Б. География российского внутреннего туризма/ А. Б. Косолапов – М.: КноРус, 2014. – 272 с.
14. Кусков А. С. Рекреационная география/ А. С. Кусков [и др.] – М.: 2006. – 316 с.
15. Лагусева Н. Н. Культурно-познавательный туризм как основа формирования единого туристского пространства в регионах России // Современные возможности и перспективы развития туризма. – М., 2011. – С. 181-188.
16. Прентис, Р. Опыт становления и развития культурного туризма / Р. Прентис Пер. с англ. – СПб.: СПб ГУЭФ, 2001. – 231 с.
17. Самойленко А. А. География туризма: учеб. пособие/ А.А Самойленко – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 368 с.
18. Фролов А.И. Культурно-познавательный туризм: объекты, маршруты, люди // Справ. руководителя учреждения культуры. – 2012. – № 3. – С.88-92.
19. Чудновский А. Д. Туризм и гостиничное хозяйство/ А. Д. Чудновский – М.: Экмос, 2001. – 400 с.
20. Чудновский А. Д., Жукова М. А. Управление индустрией туризма России в современных условиях/ А. Д. Чудновский., М. А. Жукова – М.: КноРус, 2015. – 416 с.
21. Шульгин П. М. Историко-культурное наследие как особый ресурс региона и фактор его социально-экономического развития // Мир России. – 2004. – № 2. – С. 115-133.

РАЗДЕЛ 7
РАЗВИТИЕ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ

УДК 39:008(470.620)(045)

**СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ РЕСУРСОВ
НАЦИОНАЛЬНОГО СЕЛА СИКАЧИ-АЛЯН ХАБАРОВСКОГО КРАЯ**

Ахметова А.В.

*Комсомольский-на-Амуре государственный
технический университет*

Дементьева В.В.

*Комсомольский-на-Амуре государственный
технический университет*

**MODERN DEVELOPMENT OF ETHNOCULTURAL RESOURCES OF
NATIONAL VILLAGE SIKACHI-ALYAN OF Khabarovsk Territory**

Akhmetova A.V.

Komsomolsk-na-Amure State Technical University

Dementeva V.V.

Komsomolsk-na-Amure State Technical University

Аннотация: В статье рассмотрены этнографический музей и национальная школа села Сикачи-Алян как этнокультурные ресурсы Хабаровского края. Проанализированы основные коллекции музея и представлены в виде фотоотчета. В работе доказана роль общеобразовательной школы как основного механизма сохранения и развития национальной культуры и традиций. Сделан вывод о том, что музей и школа села Сикачи-Алян являются национальными центрами сохранения и возрождения традиционной культуры малочисленных этносов Хабаровского края.

Статья издана при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации (Госзадание, наука, № 68/2014), проект № 3769 «Этнокультурные ресурсы и проблемы развития внутреннего туризма в Хабаровском крае».

Abstract: The article describes the ethnographic museum and a national school Sikachi-Alan as the ethnic and cultural resources of the Khabarovsk Territory. We analyzed the main collection of the museum and presented in the form of photo. We prove the role of the secondary school as the main mechanism for the preservation and development of national culture and traditions. The conclusion is that the museum and Sikachi-Alyan School are national centers of preservation and revival of the traditional culture of ethnic minorities of the Khabarovsk Territory.

The article was published with the support of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation (State job, science, number 68/2014), project number 3769 «Ethno-cultural resources and the problem of internal tourism development in the Khabarovsk region».

Ключевые слова: Школа, музей, Хабаровский край, сохранение культуры народа, этнокультурные центры, нанайский этнос.

Key words: School, museum, Khabarovsk Territory, the preservation of the culture of the ethnos, ethnocultural centers, Nanai ethnic group.

Сикачи-Алян – это одно из всемирно известных (наряду с Кондоном) нанайских сел на территории Хабаровского муниципального района. Оно является центром сохранения этнокультурных ресурсов и регионального туризма. По данным на 1 января 2016 года в селе проживает 275 чел., 90% из которых нанайцы [1]. Это село является центром сохранения национального быта, обычаев и культуры. С этой целью жители села проводят мероприятия, такие как: Бубен дружбы, День рыбака, Живая нить времен, день

села Андана. На таких праздниках у жителей села есть возможность продемонстрировать свою национальную одежду и культуру, приготовление еды, изготовление сувениров, что позволяет передавать свое этнокультурное наследие из поколения в поколение.

Нанайское село Сикачи-Алян не обходят и общие проблемы коренных малочисленных этносов Дальнего Востока: все реже проходят национальные праздники из-за нехватки средств на их проведение, дефицит жилья и, как следствие, высокий процент безработицы и недостаток специалистов. Но про Сикачи-Алян государство не забывает. На 66-годовщину образования Хабаровского края в 2004 г. были построены социально-культурный центр в виде комплексного здания, в котором располагается администрация, этнографический музей, школа, детский сад на 40 мест, клуб с большим зрительным залом, небольшой спортивный зал, школьные мастерские, библиотека и фельдшерский пункт [2].

Очень привлекательными местами для туристов являются петроглифы, расположенные на берегу реки Амур, и Этнографический музей. По словам работника филиала Хабаровского краевого музея им. Н.И. Гродекова Оненко Светланы Николаевны, на экскурсии приезжают туристы из разных стран: китайцы, японцы, корейцы, датчане, французы, корейцы, а также англичане, голландцы, бразильцы и австралийцы. С удовольствием посещают этот нанайский поселок жители различных сел и городов России, особенно исследователи науки этнографии и истории. В этнографическом музее находятся уникальные материальные артефакты, которые многое могут рассказать о нанайском народе [3].



Рис. 1. Социально-культурный центр с. Сикачи-Алян

Работа Национального этнографического музея напрямую связана с развитием школы. Причиной является индивидуальный подход к образовательному процессу. В школе внедрено несколько образовательных программ по изучению нанайского культурного наследия. Одна из них – это «Мир Сикачи-Алян», в которой предоставляется возможность узнать подробности истории своего родного села, воспитать в себе бережное отношение к природе и творческому наследию своего народа, увидеть связь истории и культуры всего мира. Задачами программы, утвержденной в 2015 г., являются: воспитание чувства патриотизма и любви к своей «малой» Родине, обучение исследовательской деятельности, ознакомление с разнообразными жанрами народного фольклора, расширение кругозора и углубление знания по истории, географии, биологии, этнографии

и археологии [4]. В программе развития школы, утвержденной в 2015 г., целью и задачами образовательного учреждения были определены следующие:

- создание современной сельской школы, обеспечивающей ее выпускникам конкурентоспособность и воспитывающую в них высокие нравственные качества;
- модернизация содержательной и технологической сторон образовательного процесса в школе;
- создание в рамках школьного открытого информационного образовательного пространства;
- создание условий, обеспечивающих личностный рост всех субъектов образовательного процесса;
- внедрение технологий здоровье-сбережения и обеспечение медико-социально-психолого-педагогического сопровождения учащихся [5].

Школа пытается бороться за сохранение своих этнокультурных ресурсов с помощью внеклассных занятий и кружков, таких как: «Делай сами своими руками», «Юный краевед», «Айсима – золотой», «Кукольный театр», «Национальные виды спорта», «Школа танцев», «Работа с берестой и плетение из лозы». Здесь дети учатся, к примеру, изготавливать национальные сувениры, шить одежду, заниматься проектной и исследовательской деятельностью, учатся национальным танцам [6]. В школе и детском саду педагоги дают уроки нанайского, русского и английского языков. Соответственно, дети с малых лет говорят на нанайском языке, что позволяет его распространять среди младшего поколения. Также в Центре досуга выступают со своими номерами фольклорные группы «Айсима» и «Биалтан» [7].



Рис. 2. Выставка ручной работы на продажу

Давно нет уже богатого рыболовецкого колхоза «Красный путь», мастерской по пошиву национальной обуви. К сожалению, об умелых рыбаках и охотниках остались только легенды. В Сикачи-Аляне, как и во многих деревнях Хабаровского края, присутствует такое явление, как безработица. Люди выживают, кто, как может: женщины работают в администрации села, детском саду, школе, библиотеке, центре досуга, музее, а мужчины уезжают на рыбную путину в мае и приезжают в октябре, уезжают в близлежащие воинские части. Большинство жителей подвержены проблеме пьянства. Многие изготавливают амулеты, которые, как нанайцы верят, что помогают при болях в суставах, от недугов желудка, на удачу. Национальную обувь, предметы быта и культуры

продают туристам, зарабатывая при этом себе на жизнь. Но жители села ни в коем случае не сдаются, а прилагают свои усилия, чтобы возродить свои традиции и обычаи [8].

Сенсационным местом села Сикачи-Алян являются петроглифы, которые считаются уникальными памятниками древнейшего монументального искусства на территории Хабаровского края. Они расположены в шести пунктах вдоль правого берега Амура. Петроглифы известны в мировой науке с конца XIX в. В их изучение внесли свой вклад Палладий Кафаров, В.К. Арсеньев, Н.Г. Харламов, А.М. Золотарев, Б. Лауфер. Большое значение имеют исследования академика А.П. Окладникова. В его книге «Петроглифы Нижнего Амура» собрана самая полная коллекция наскальных изображений Нижнего Амура. Им придают особое значение в социально-культурном центре Сикачи-Аляна. Внутри, на стенах здания, на первом этаже представлены нарисованные петроглифы. Считалось, что с их помощью человек может перевоплотиться в духа в виде масок лосей, птиц, лодок, змей, связанных с культами древности.



Рис. 3. Петроглифы на берегу Амура



Рис. 4. Стена социально-культурного центра

В комплексном здании, где находится школа, располагается центр этнокультурных ресурсов в селе Сикачи-Алян «Национальный этнографический музей». Все музейные артефакты можно разделить на несколько групп:

- жилища, средства передвижения и орудия труда нанайцев;
- нанайская одежда;
- посуда и утварь;

– предметы религиозного культа нанайцев [9].

К первой группе предметов относится макет домов, которые строили в 1950-х гг. Окна этого дома были из желчного пузыря рыбы, от печки шел от стен двухметровый дымоход, называемый «кана», на котором спали, ели, мебели практически не было, кроме стола с короткими ножками. Кормили сначала мужчин, так как они являлись добытчиками, потом детей, а что оставалось, доедали женщины.



Рис. 5. Макет домов в 1950-е гг.

Для новорожденных детей к потолку дома вешали люльку с игрушками, сделанными костей и зубов рыбы, с целью отогнать злых духов. Что примечательно, женщины шили кукол без лица. Мальчики с малых лет учили изготавливать из бересты лодки, которыми и играли в детстве.



Рис. 6. Люлька для новорожденного



Рис. 7. Игрушки из костей рыб



Рис. 8. Игрушки для мальчиков

Средством передвижения зимой охотники использовали лыжи, которые с обратной стороны были обиты короткошерстной шкурой оленя или лося. Нарты использовали для рыбалки и охоты, запрягая в них собак, которые являлись самым главным животным. Если нанаяц переправлялся через речку по тонкому льду и проваливался, то в первую очередь он спасал собаку, а потом уже жену. Копья применяли при охоте на животных. Но медведя и тигра убивали только в исключительных случаях, предварительно попросив у духов одобрения и соблюдая все установленные ритуалы. Ведь это было божество в образе медведя и он, позволяя убить, приносил себя в жертву. Нанайцы не устраивали медвежьего праздника, как ульчи. У них существовало строго ритуальное поедание медведя, который был убит по его желанию.

Стрелы применяли, в основном, для охоты на сохатого. Устраивали засады возле водопоя или делали ловушки в виде ямы на тропах, или загоняли в загон из толстых жердей, затем отстреливали. Небольшого пушного зверя ловили при помощи силков, белке опытные стрелки попадали в глаз, чтобы не повредить шкуру. На промысловую охоту уходили в тайгу на всю зиму [9].



Рис. 9. Приспособления для охоты и рыбалки

В музее имеются нанайские одежда и украшения, которые себе шили женщины сами. Девочек в 5-6 лет родители учили вышивать, если не получалось они распарывали до тех пор, пока не получится аккуратно и красиво. Поэтому девушка, которая достигла возраста, чтобы выйти замуж могла сама себе сшить свадебный халат. Вся одежда орнаментировалась вплоть до нижнего белья [9].



Рис. 10. Нанайская одежда и головной убор

Для приготовления пищи и ее хранения у нанайцев имелась специальная разнообразная утварь. Пищу готовили в больших чугунных котлах. Они были выделаны в верхней части очагов канов. Сверху котел закрывался крышкой тункэ, сделанной из двух половинок или из одного целого круга. Сколько имелось в доме очагов, столько и котлов. В больших домах в одном котле варилась обычно пища для людей, в другом – пища для собак и свиней.

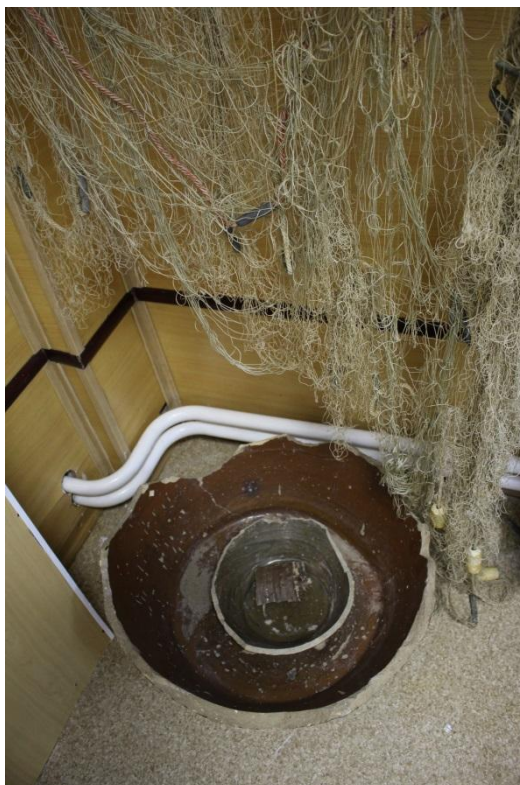


Рис. 11. Котел для приготовления пищи

Значительная часть утвари у нанайцев была изготовлена из глины или фарфора. Лопатин писал: «Следующей весьма распространенной посудой являются фарфоровые чашки. Почти всюду они вытесняют или даже вытесняли берестовые чашки и в настоящее время их надо считать неотъемлемой принадлежностью гольдской кухни [8].



Рис. 12. Фарфоровая посуда

Сэвэны являлись членами семей, их кормили, намазывали жиром, кашей и наливали водки. Могуществом шамана являлись птицы. Во время камлания шаман впадал в транс, душа его выходила из тела, эта птица помогала попасть в потусторонний мир и вернуться оттуда. Зеркала одевались на грудь для того, чтобы отражать злых духов. Чтобы вызывать духов, шаман использовал овальный бубен, сделанный из кожи дикой козы, надевал пояс во время танца.



Рис. 13. Фигурка сэвэна



Рис. 14. Зеркала шамана



Рис. 15. Бубен шамана

Таким образом, проанализировав современную ситуацию в нанайском селе Сикачи-Алян, мы заметили, что по сей день существуют проблемы сохранения и возрождения традиционной культуры коренных малочисленных народов. Их решению способствует деятельность местной школы и этнографического музея. Это село является центром регионального туризма и имеет всемирное значение, так как в нем сохранились уникальные материальные артефакты, которые не везде можно найти. Следовательно, мы, как пришлый народ, должны уважать аборигенное население и его традиции, помогать в сохранении их национальной культуры и быта.

Список использованных источников

1. Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2016 года. – М.: РОССТАТ, 2016. – 581 с.
2. Новый облик Сикачи-Аляна // Тихоокеанская звезда. – 2004. – 14 октября (№194). – С.17.
3. Оненко Светлана Николаевна. Экспертное интервью. 02.08.2016 г.
4. Образовательная программа «Мир Сикачи-Аляна» // МКОУ СОШ с. Сикачи-Алян. URL: http://sikachi.ippk.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=238:2011-03-24-03-50-10&catid=102:-q-q&Itemid=70 (дата обращения 15.09.2016).
5. Программа развития Муниципального казенного образовательного учреждения средней общеобразовательной школы имени Героя России Пассара Максима Александровича с. Сикачи-Алян Хабаровского муниципального района Хабаровского края на 2015-2020 гг. Сикачи-Алян, 2015. URL: http://sikachi.ippk.ru/images/programma_razvit.pdf.
6. Информация об учебном плане, сроках обучения // МКОУ СОШ с. Сикачи-Алян. URL: http://sikachi.ippk.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=1056&Itemid=105.
7. Исследовательская работа по истории родного края по теме: «Моя малая Родина – Сикачи-Алян – МКОУ СОШ с. Сикачи-Алян. URL: http://sikachi.ippk.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=356:-l-r&catid=123:2011-10-20-12-07-45&Itemid=84.
8. Оненко, С.В. Материалы экскурсии по музею / С.В. Оненко. – Сикачи-Алян: Этнографический музей Сикачи-Алян, 2016. – 89 с.
9. Ахметова А.В., Дементьева В.В., Музей и школа национального села Кондон как этнокультурные ресурсы Хабаровского края, Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 11. – С. 1526-1530.

ЭТНОПАРК «КОЧЕВНИК»: ОПИСАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Солдаткина М.А.

Российский государственный университет туризма и сервиса

Лепшина Ю.О.

Российский государственный университет туризма и сервиса

ETHNOPARK "NOMAD": DESCRIPTION AND PROSPECT OF ITS DEVELOPMENT

Soldatkina M.A.

Russian State University of Tourism and Service

Lepshina Y.O.

Russian State University of Tourism and Service

Аннотация: Статья посвящена этнографическому проекту под открытым небом, который позволяет всем желающим познакомиться с аутентичными жилищами, бытом, традициями и культурой кочевых народов разных стран. В данной статье дается характеристика этнопарк «Кочевник», а также рассмотрены перспективы его развития.

Abstract: The paper is devoted to the ethnographic project under the open sky, which allows everyone to get acquainted with authentic buildings, life, traditions and culture of the nomadic people of the different countries. This article describes the ethnopark "Nomad", as well as the prospects of its development.

Ключевые слова: этнографический проект, традиции, культура, кочевые народы, этносы.

Key words: ethnographic project, traditions, culture, nomadic people, ethnic groups.

Актуальность: Многие путешественники европейской части страны редко проводят свой отпуск на обширной территории за Уральскими горами. Возможно, не всем удастся увидеть Байкал, побывать в Бурятии, соприкоснуться с миром Чукотки, познакомиться с Казахстаном или Киргизией, а также с далекой Монголией. Исходя из этого, создатели парка арендовали большую территорию района Хотьково и организовали этнографический проект под открытым небом «Кочевник».

Цель: рассмотреть и исследовать структуру парка «Кочевник», предложить мероприятия для развития дестинации.

Этнопарк «Кочевник» – это традиционный парк развлечений исторического и этнического характера, где в условиях природного ландшафта демонстрируются соответствующие разному времени уникальные образцы жилых, бытовых и культурных сооружений представителей кочевых этносов.

Данный парк дает возможность, не уезжая далеко от дома, в действительности соприкоснуться с традициями, бытом и культурой кочевых народов. На данный момент здесь находятся:

1. Монгольский двор, который представляет культуру кочевников Монголии, Бурятии и Калмыкии;
2. Тюркский двор, представляющий культуру кочевников Кыргызстана и Казахстана;
3. Северное стойбище представляет культуру кочевников Чукотки, Ямала, Республики Коми и прилегающих регионов;
4. Зоодвор, где представлены животные кочевников: верблюды, монгольские яки, ослик, бараны и овцы, козы, гуси, северные ездовые собаки;
5. Представлена реконструкция настоящего древнерусского хутора X века;
6. Национальная бурят-монгольская кухня в большой Чайной юрте, где можно попробовать: буузы, кумыс, монгольский чай, выпечку и другие блюда национальной кухни;

7. Натуральный кофе в турке, верблюжье молоко, травяные чаи и сладости в уютной монгольской юрте;
8. А также представлен лучший тир, где каждый может попробовать свои силы в стрельбе из лука и арбалета, метании сулицы или топора.

Так как территория этнопарка большая, а инфраструктура развита слабо, то по результатам исследования авторами были предложены следующие мероприятия:

1. Улучшение навигации для быстрого и верного ориентирования в дороге. Для этого необходимо по направлению к парку «Кочевник» установить большие указатели, для удобной навигации при поездке в этнопарк.



Рис. 1. Схема проезда к парку

2. Совершенствование парковки для транспортных средств. Так как парк расположен на удаленном расстоянии от Москвы и от станции Хотьково, до него можно добраться только при помощи автомобиля. Тем самым необходимо обеспечить этнопарк «Кочевник» качественной асфальтированной парковкой или стоянкой и автоматизировать их с помощью надежных систем контроля доступа. Тем самым гости парка будут спокойны за свой автомобиль.

3. Предоставление услуг по временному размещению на территории этнопарка в виде кемпинга. На данный момент на территории парка предоставляется возможность самостоятельно построить юрту с дальнейшей ночевкой в ней. Авторы предлагают создать постоянные жилища, сгруппированные по определенным этносам с временными условиями для проживания, тем самым туристы смогут ближе познакомиться с определенной культурой этносов.

4. Строительство бани «по-черному». На сегодняшний день вряд ли кого-то можно удивить финскими, турецкими или японскими банными традициями, при этом традиционная русская баня по-черному — большая редкость. Мало кто из городских жителей может похвастаться тем, что парился в такой бане. А ведь именно с «черной» бани началась история регулярного применения парных, хотя с точностью сказать, кем и когда было изобретено это дело, сложно. Многим такая баня может показаться антисанитарной и непригодной для комфортного мытья, однако это далеко не так. Такая баня обладает большим количеством положительных характеристик: копоть, которая образуется в парной, приносит массу пользы. Она улучшает температурные характеристики бани, поглощает запахи, убивает вредные бактерии и микробы. Поэтому каждый гость может не только поправить свое здоровье, но и насладиться атмосферой прошлого.

5. Составлении схемы территории для удобного ориентирования посетителей на территории парка;

6. Необходимым является и открытие зоны, для деловых туристов, которая могла бы диверсифицировать продукт парка;

7. Развитие тематики «Русского хутора», тесно увязанной с кочевниками – историческими и культурными аспектами (примерная схема размещения объектов показана на рисунке 2).

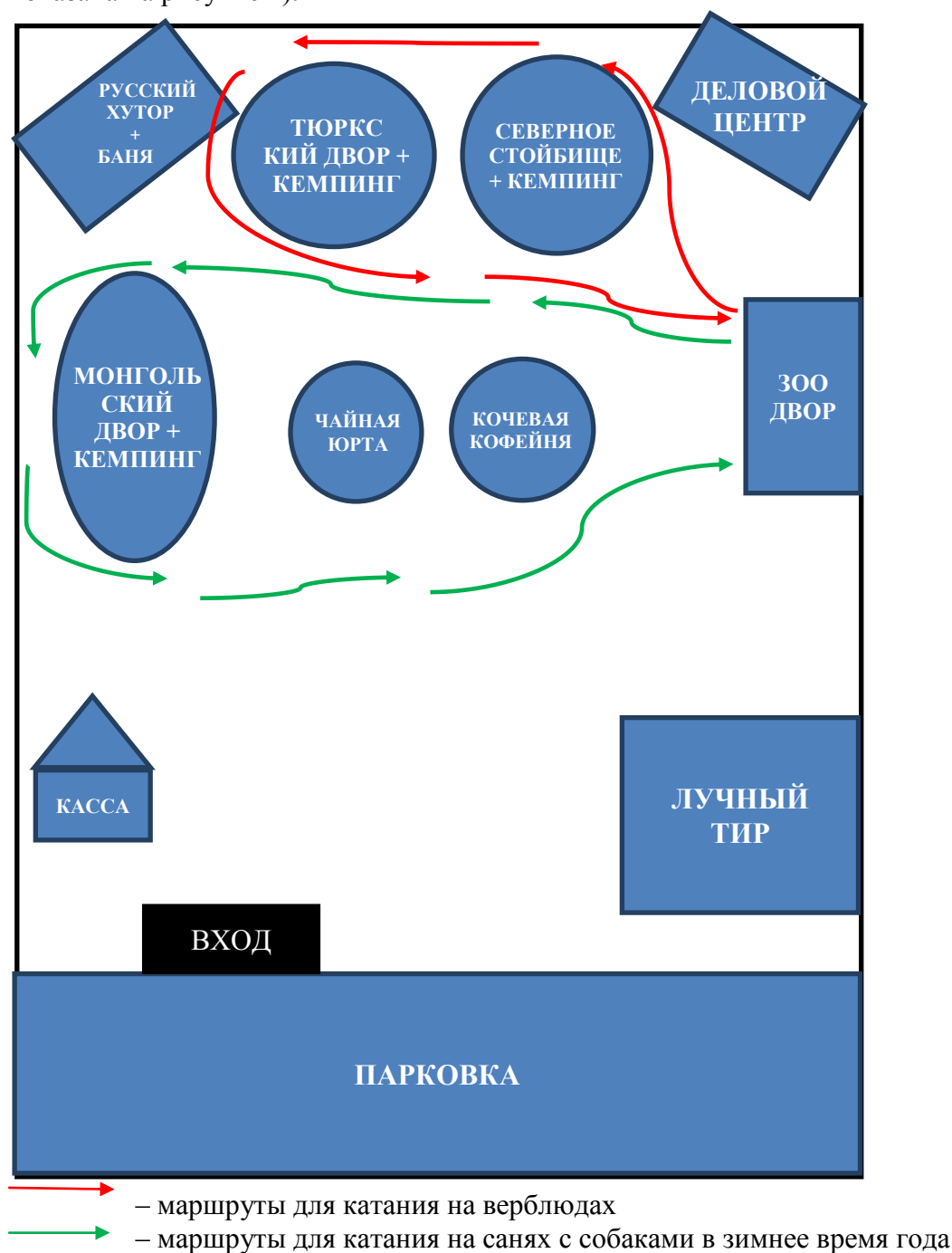


Рис. 2. Предварительная схема размещения объектов на территории парка

На сегодняшний день, этнопарк находится в стадии становления и требует существенного усовершенствования. Предложенные меры являются лишь предварительными и требуют, наряду с другими, серьезной проработки на базе научно поставленного территориального планирования развития объекта и формирования единой и уникально среды/атмосферы, основанной на достижениях экономики впечатлений.

Список использованных источников

1. Баня «по-черному». URL: <http://better-house.ru> (дата обращения: 15.09.2016).
2. Левченко Иван. Этнопарк «Кочевник» // Газета «Хотьковский прорыв». Выпуск 19-20 (70-71) 2013 г., С.14 (дата обращения 13.09.2016).
3. Этнопарк «Кочевник». URL: <http://strana.ru/places/24140109> (дата обращения: 18.09.2016).
4. Этнопарк «Кочевник». URL: <http://ethno-park.ru> (дата обращения: 15.09.2016).

УДК 379.85:069.02:39(470.51)(045)

МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК КАК ФОРМА РАЗВИТИЯ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ БУК УР АЭМЗ «ЛУДОРВАЙ»)

Бусько А.А.

Удмуртский государственный университет

MUSEUM-RESERVE AS A FORM OF ETHNOGRAPHIC TOURISM (ON THE EXAMPLE OF MUSEUM-RESERVE « LUDORVAY»)

Busko A.A.

Udmurt State University

Аннотация: В данной статье раскрываются понятие «этнографического туризма» и его основные черты. Помимо описания роли этнографии в развитии туризма на территории Российской Федерации, автором рассматривается классификация данного направления, а также предлагается подробное описание каждой из них. Жемчужиной Удмуртской Республики в становлении этнографического туризма является Бюджетное учреждение культуры Удмуртской Республики «Архитектурно-этнографический музей-заповедник "Лудорвай"». В данной статье изложены основные направления деятельности музея-заповедника.

Abstract: This article deals with the concept of "ethnic tourism" and its main features. In addition to describing the role of ethnography in tourism development in the Russian Federation, the author indicates the classification of this area as well as a detailed description of each of them. The pearl of the Udmurt Republic in the development of tourism on a Budget establishment Udmurtia culture "Ludorvay" Architectural and Ethnographic Museum-Reserve ". This article outlines the main areas of the museum-reserve activities.

Ключевые слова: Удмуртия, музей-заповедник, музеи, археологические памятники, этнографический туризм, культура, народ.

Key words: Udmurtia, museum – reserve, museums, archaeological, ethnographic tourism, culture, the people.

На сегодняшний день внутренний туризм стремительно набирает свою популярность, способствует эффективному использованию ресурсов нашей страны, историко-культурного потенциала, что способствует привлечению туристов, а, соответственно, и экономическому развитию.

Российская Федерация располагает огромным потенциалом для развития всех видов туризма, в том числе и этнографического. У России есть внушительных размеров территория, обладающая богатым культурным наследием.

Этнографический туризм основывается на интересе туристов к подлинной жизни народов, связан с познанием народных традиций, обрядов, творчества и культуры. В современном мире человек стремится к определению самого себя, определению своего

места, ищет и изучает свои этнические корни для того, чтобы почувствовать себя особенным, обладающим глубинной историей и собственными культурными традициями.

Знакомство с другими культурами и этническими особенностями позволяет ему составить целостную картину разносторонности мира народов и народностей. Этнический туризм содействует более тесным связям, культурному обмену представителей разных народов, включению особенностей их этносов в мировое культурное наследие, что говорит об актуальности работы.

Этнографический туризм представляет собой вид познавательных путешествий, основной целью которых является посещение какого-либо объекта для исследования архитектуры, культуры, традиций и быта народа, этноса, когда-либо проживавшего на данной территории [6].

В процессе исторического развития каждый народ образует свою собственную систему духовных и материальных ценностей – культурное наследие, которое всегда интересно и привлекательно для туристов. Совмещение отдыха с познанием религиозного мировоззрения и культовых обрядов другого народа – одна из задач, которую в полной мере способен решать туризм. Кроме этого, знакомство с культурой и обычаями другого народа обогащает духовный мир человека [4, с.34].

Основными характеристиками этнографического туризма являются:

- Ознакомление экскурсантов с местами, сосредоточенными на этносе;
- Знакомство с фольклорной составляющей народов, населяющих ту или иную местность;
- Участие экскурсантов в мастер-классах и этнографических развлекательных программах;
- Знакомство с культурной жизнью народов;
- Участие в приготовлении национальных блюд и напитков;
- Участие в обрядах с возможностью переодевания в национальные костюмы.

Развитие этнотуризма в российских регионах становится не только фактором воспроизводства национального культурного капитала и рекреации человеческого капитала, но и становится той сферой свободного обращения культуры, которая формирует толерантное отношение к представителям «чужих» культур [1, с.120].

Классификаций по этнографическому туризму опубликовано несколько, но, на мой взгляд, самая лаконичная классификация описана в сборнике статей «Компас провинции» Пензенского Государственного Университета (ПГУ). В статье представлено 3 вида этнографического туризма: посещение существующих поселений, знакомство с музеями народного быта и знакомство с непредметными формами наследия.

1. Посещение существующих поселений – этнических деревень, сохранивших особенности традиционной культуры определенных народов (временные и постоянные).

2. Знакомство с музеями народного быта. Особый интерес вызывают «живые» этнографические музеи под открытым небом, подобие фольклорной деревни, в которых содержатся образцы традиционной архитектуры, предметы быта. При этом человек может своими глазами увидеть предмет, принадлежавший к той или иной культуре эпохе, узнать о его назначении, ощутить причастность к культуре своего и других народов. В сельских домах можно познакомиться с жителями, которые одеты в национальные костюмы, заняты традиционными ремеслами. Чем больше на территории элементов этнографического наследия, тем выше степень ее привлекательности для туризма.

3. Знакомство с непредметными формами наследия – с традициями, праздниками, обрядами и обычаями. Это элементы социального и культурного наследия, передающегося от поколения к поколению, и сохраняющиеся в определенных обществах, классах и социальных группах в течение длительного времени [3, с. 58].

Пространство музея-заповедника, наполненное историческими, культурными и природными памятниками, обеспечивает максимально глубокое, полифоническое восприятие прошлого.

Музеи-заповедники, являясь целостными комплексами, призваны сохранять в неприкосновенности не только архитектурные, археологические или мемориальные памятники, но и собственно историческую территорию, в том числе уникальные культурные и природные ландшафты, исторические городские и сельские поселения, уклад жизни проживающего на исторических территориях населения. Совокупность этих разноплановых объектов не только позволяет удовлетворить интересы различных категорий туристов, но и становится основой для полиомматического освоения культуры [5, с.198].

Музеи-заповедники располагаются в разных регионах нашей страны: в Алтайском крае, Архангельской, Владимирской, Волгоградской, Воронежской, Московской областях, а также в Удмуртской Республике.

На территории Удмуртской Республики под открытым небом прекрасно расположился "Архитектурно-этнографический музей-заповедник «Лудорвай».

Музей-заповедник – уникальная жемчужина Удмуртской Республики. Он создан 11 июля 1986 года распоряжением Совета Министров УАССР. В 2016 году ему исполняется уже 30 лет. В 1990 году ему была выделена земля на месте нежилого починка Ильинка, приблизительно в 2 км к западу от деревни Лудорвай, а в 1997 году музей принял первых посетителей. Таким образом, до 2004 года имел название «Архитектурно-этнографический музей-заповедник «Ильинка» и был филиалом Национального музея Удмуртской Республики, а с 2004 года стал самостоятельным музеем и переименован в «Архитектурно-этнографический музей-заповедник "Лудорвай"» [2].

В Лудорвае разрабатываются программы, как для детей, так и для взрослых. Школьникам проводят обзорные экскурсии и театрализованные программы на Масленицу и Новый год, проводят программу «Жила была девочка Унябей», что рассказывает об удмуртской одежде, о смысле и особенностях ее украшений, головных уборов, поясов, рубах, вышитых узорах.

Помимо вышеперечисленных программ, особым спросом пользуются выпускные для школ и детских садов. Хранители музея приглашают выпускников и их родителей весело отметить праздник у бабушки Наумы. Их знакомят с ее внуками – смышленным Лудориком и Зойкой – двойкой. Также выпускники отправятся с ними в необыкновенное путешествие на «ковре-самолете» по музейной стране «Лудорвай».

Музей-заповедник «Лудорвай» представляет своим экскурсантам тематические экскурсии: «Лен – рубаха в поле выросла», «Русская усадьба, починок Ильинский» и «Секреты знахарки».

Первая экскурсия разработана для школьников, знакомит с процессом льнообработки, обучает некоторым приемам обработки льна, знакомит с устройством и работой ткацкого станка. Тематическая экскурсия № 2 знакомит посетителей с планировкой починков, архитектурными особенностями усадьбы линейного типа, баней «по-черному» и т.д. Тематическая программа «Секреты знахарки» является экскурсией-мастер классом по сбору лечебных трав, по приготовлению взваров и травяного чая с последующей дегустацией.

Для молодоженов проводится свадьба в удмуртском стиле «За семью мостами». Действие, позволит окунуться в атмосферу прошлого и провести семейное событие и исполнением всех обрядов.

Но в нашем обществе есть категория людей, которой стоит уделять больше внимания. Это дети из детских домов, люди из домов престарелых и психоневрологических интернатов.

Социально-незащищенные категории людей в большинстве случаев остаются за пределами внимания, но только не в музее-заповеднике «Лудорвай». Персонал музея всегда рад видеть экскурсантов. В музее-заповеднике «Лудорвай» есть все необходимые условия для разработки и реализации творческих проектов.

Сутью моего творческого проекта является арт-терапия, которая позволит увидеть этнографический музей-заповедник в новых красках. Экскурсантам на первой части проведут обзорную экскурсию по заповеднику, что включает в себя посещение ветряной мельницы построенной в 1912 году, и перевезенной из д. Чем-Куюк Алнашского района Удмуртской Республики на территорию музея в 1994 году. В секторе центральных удмуртов экскурсанты увидят комплекс построек: дом, клеть, двухэтажный хлев, амбар, кеносы, куала – семейное святилище удмуртов, а также баню по-черному, а на второй части экскурсии дадут волю творчеству. Каждый экскурсант выразит свои эмоции от увиденного: кто-то будет рисовать кистями, кто-то пальчиками, но это будет их воля, воля выразить то, что в обычной жизни им почти негде воплотить. Работы будут представлены на выставке, где приезжающие школьники или взрослые смогут почувствовать «Музей-Заповедник глазами удивительных людей».

Конечно, данный проект требует финансовых вложений, но их можно минимизировать путем привлечения волонтеров, совместно с которыми будут организованы места сбора канцтоваров: альбомы для рисования, краски, кисти, карандаши. Я уверена, что таким образом мы сможем получить достаточно материала для воплощения проекта в жизнь.

Естественно, что одними стараниями волонтеров и музея мы не сможем реализовать весь проект, финансовая поддержка от государства, поддержка от благотворительных фондов и спонсоров также будет хорошим стимулом для развития такого рода социально-этнографического проекта.

Роль этнографического туризма в современном мире высока. Данный вид туризма помогает «войти в народ», помогает познакомиться с обычаями, традициями, обрядами, архитектурой, народными костюмами и праздниками, культурой и языком той или иной этнографической группы населения.

Список использованных источников

1. Бондаренко Е.А. О.Н. Римская. Журнал «Наука. Искусство. Культура» Выпуск 1(5) 2015. – Белгород. – С. 115-121.
2. БУК УР АЭМЗ «Лудорвай». – Режим доступа: <http://ludorvay.ru>.
3. Компас провинции: сб. науч. ст. II регион. науч.-практ. конф. под ред. канд. экон. наук Е. М. Бижановой, канд. экон. наук Т. И. Шерстобитовой. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2015. – 66 с.
4. Лекомцев А.Л. Экологический консалтинг № 1 (53). – Ижевск: 2014. – С. 34-37.
5. Тимофеева Л. С. Музеи-заповедники в сфере культурного туризма. Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. Санкт-Петербург, 2015. 197-203 с.
6. Туристский информационный центр Ставропольского края. – Режим доступа: <http://www.stavtourism.ru/tourism/etnograficheskii-turizm>.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭТНОГРАФИЧЕСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БУК УР АЭМЗ «ЛУДОРВАЙ»**

Гай И.А.

Удмуртский государственный университет

Бусько А.А.

Удмуртский государственный университет

**DEVELOPMENT PROSPECTS OF ETHNOGRAPHIC SOCIAL PROJECTS IN THE
ACTIVITIES OF MUSEUM-RESERVE 'LUDORVAY'**

Gay I.A.

Udmurt State University

Busko A.A.

Udmurt State University

Аннотация: Этнографический туризм является одним из перспективных направлений туризма на территории Удмуртской Республики. В предлагаемой статье раскрывается роль этнографии в развитии внутреннего туризма на примере БУК УР АЭМЗ «Лудорвай». Музей является уникальной жемчужиной, где сохраняется история удмуртского народа. В статье приведены результаты анализа статистических данных по посетителям за период с 2012-2015 гг. Полученные статистические данные свидетельствуют о широкой известности заповедника не только в пределах Российской Федерации, но и за пределами нашей страны. В качестве инновационного проекта нами был разработан социально-этнографический проект «Дуннеез усьтыса». Мы надеемся, что данный проект позволит привлечь больше посетителей социально-незащищенной категории. Данная статья адресована студентам, аспирантам, а также преподавателям в качестве изучения статистических данных по посещаемости музея-заповедника «Лудорвай».

Abstract: Ethnographic tourism is one of the most promising tourist destinations on the territory of the Republic of Udmurtia. This article explores the role of ethnography in the development of domestic tourism as an example of BUK UR AEMZ "Ludorvay". The museum is a unique pearl, which preserved the history of the Udmurt people. The results of the analysis of statistical data on visitors during the period from 2012-2015. These statistics show wide popularity of the reserve, not only within the Russian Federation, but also outside the country. In the socio-ethnographic project "Dunneezy ustysa" was developed by us as an innovative project. We hope that this project will attract more visitors to socially vulnerable categories. This article is addressed to students, graduate students and teachers as a study of the statistics on attendance of museum-reserve "Ludorvay".

Ключевые слова: Этнографический туризм, туризм, музеи, заповедники, Удмуртская Республика, этнография, статистика, Лудорвай.

Key words: Ethnographic tourism, tourism, museums, parks, Udmurtia, ethnography, statistics, Ludorvay.

На сегодняшний день этнографический туризм является одним из наиболее перспективных направлений внутреннего туризма Российской Федерации. Он несет в себе миссию соединения быта и культа наших предков с современным поколением. Он соединяет в себе несколько видов туризма: это и познавательный, и приключенческий, и образовательный, выступающий с определенной миссией – знакомство, с историей развития жизни народов, населяющих огромную территорию.

Этнографический туризм – это вид познавательных путешествий, главной целью которых является посещение какого-либо объекта для ознакомления с архитектурой, культурой, традициями и бытом народа, этноса, когда-либо проживающего на данной территории [5].

В процессе исторического развития каждый народ образует свою собственную систему духовных и материальных ценностей – культурное наследие, которое всегда интересно и привлекательно для туристов. Совмещение отдыха с познанием религии и культовых обрядов другого народа – одна из задач, которую в полной мере способен решать туризм. Кроме этого знакомство с культурой и обычаями народа обогащает духовный мир человека [2, с. 34].

Стремление музееведов, историков, этнографов сохранить быстро исчезающую в индустриальную эпоху естественную историческую среду подтолкнуло общество в конце XIX в. к необходимости создания музеев нового типа и к переходу от экспонирования предметов и объектов историко-культурного наследия в закрытых помещениях-залах к полномасштабному показу недвижимых экспонатов (зданий, построек) в природной среде. Впервые идею экспонирования крестьянских построек с полной внутренней бытовой обстановкой в открытой среде – городском королевском парке Северной Зеландии (Дания) предложил осуществить в 1790 г. швейцарский ученый Чарльз де Бонстеттен. В XIX в. было предпринято несколько удачных попыток музеефикации недвижимых объектов историко-культурного наследия, в основном в Европе [4, с. 3].

Музей – заповедник является одной из форм хранения не только исторических и природных, но и архитектурных памятников, имеющих важное значение для сохранения историко-культурного наследия удмуртского народа. Ежегодно в музее-заповеднике проводятся этно-музыкальные мероприятия, которые позволяют участникам и посетителям лучше узнать культуру удмуртов и других народов.

Актуальность исследования заключается в том, что Удмуртия обладает высоким потенциалом для развития этнографического туризма, а создание инновационного проекта «Дуннеез усьтыса» на территории музея-заповедника «Лудорвай» позволит повысить как статистику посещений музея, так и адаптацию социально-незащищенных категорий граждан в общество. Отсутствие аналогов у данного социального проекта позволит сделать данный проект достаточно популярным бюджетных предприятий, особенно на сегодняшний день, когда количество человек, относящихся к данной категории, к сожалению, растет.

В 2016 году музей-заповедник отмечает свое тридцатилетие. Можно отметить, что в тридцать лет жизнь только начинается. Сам по себе музей-заповедник – это уникальное место, позволяющее окунуться в жизнь южных, центральных и верхнечепецких удмуртов.

Информацию об истории музея-заповедника, существующих программах и планируемых проектах можно найти на официальном сайте музея-заповедника <http://ludorvay.ru>. Богатый интерфейс сайта позволяет в полной мере окунуться в виртуальную жизнь. На сайте представлена официальная информация о музее, документация, контактная информация, позволяющая связаться с сотрудниками, раздел вакансий, раздел «посетителям» содержит материалы обзорных и тематических экскурсий, к примеру, посетители, предпочитающие экскурсию «за семью мостами» могут предварительно познакомиться с этапами проведения обрядов [1].

В дополнение к вышесказанному, история музея была изучена совместно с Прокопьевой Ольгой Николаевной – заведующей экспозиционно-выставочной и просветительской работы: монтаж, экспозиции и выставки, также проведение обзорных и тематических экскурсий. Во время обзорной экскурсии была исследована территория музея-заповедника, включая архитектурные объекты. Например, усадьба южных удмуртов, волостное правление, мельница, парк скульптур и так далее.

Многочисленные материалы работы по истории развития, статистические данные нами были получены из бесед с сотрудниками музея-заповедника. Совместно с Еленой Леонидовной Опариной была проведена работа по изучению категорий посетителей, основных направлений деятельности музея-заповедника, а также преysкурant на музейные услуги.

Кроме ознакомительной информации на сайте представлены разделы о деятельности музея-заповедника, о сувенирах, которые можно приобрести на территории, но одним из самых инновационных решений является разработка виртуального тура с четкой графикой. Благодаря виртуальному туру, гости сайта могут узнать информацию о территории музея, истории возникновения, данные о таких объектах, как «Ветряная мельница» или «Усадьба южных удмуртов». Сайт был модернизирован в 2016 году, что говорит о стремлении к инновации и открытости к потенциальному посетителю.

Место для будущего музея было выбрано в 1984 году членами специальной комиссии, которая осмотрела несколько земельных участков и остановила свой выбор на территории починка «Ильинка» с окружающими его землями Завьяловского района. Музей-заповедник был создан 11 июля 1986 года распоряжением Совета Министров УАССР. Лишь в 1990 году ему выделена земля на месте нежилого починка Ильинка, примерно в 2 км к западу от существующей деревни Лудорвай, уже в 1997 году музей открыл свои двери для первых посетителей.

Из истории известно, что до 2004 года имел название «Архитектурно-этнографический музей-заповедник «Ильинка» и был филиалом Национального музея Удмуртской Республики, а уже с 2004 года стал самостоятельным музеем и переименован в «Архитектурно-этнографический музей-заповедник "Лудорвай"».

Территории музея составляет 39,9 га, что позволяет проводить ежегодно такие мероприятия как «Медовый спас», «Широкая масленица» и «Ночь музеев». Территория занята не полностью, что говорит о возможностях расширения и создания новых рабочих мест. Для реализации существующих мероприятий необходим квалифицированный персонал.

По данным на 1 февраля 2016 года в БУК УР АЭМЗ «Лудорвай» численный штат сотрудников составляет 49,5 шт. ед. Организационная структура состоит из директора, бухгалтерии, администрации, которая в свою очередь подразделяется на такие направления деятельности, как специалист по кадрам, заместитель директора по основной деятельности, ученый секретарь, заместитель директора по административно-хозяйственной части. Шкляева Татьяна Геннадьевна является директором музея-заповедника «Лудорвай», организующим работу управления отделами. Она осуществляет контроль над всем музеем, кадровым составом, проводит встречи с важными гостями. От ее действий зависит весь механизм работы музея.

Для своих посетителей музей обладает достаточным количеством тематических экскурсий, обзорных экскурсий, возможностью индивидуального посещения и посещения массовых мероприятий, а также пользованием дополнительными услугами, к примеру, заказ фольклорного ансамбля, прокат национального костюма, прокат домотканного костюма и так далее.

Мероприятия музея проводятся под руководством Ирины Эдуардовны Шихалевой. Она является заведующей сектора просветительской работы. От ее деятельности зависит разработка программ и праздников, контроль мероприятий, проводимых на территории музея-заповедника, в ее обязанности также входит работа с сайтом. Ирина Эдуардовна опытный музейный педагог.

На основании анализа статистических данных, представленных музеем-заповедником «Лудорвай» для написания научной статьи, нами была получена важная информация о посетителях. Важно учитывать, что развитие этнографического туризма становится популярным не только в России, но и за рубежом.

Этнографический туризм в музеях-заповедниках выполняет не только просветительскую деятельность среди населения, но и функцию ознакомления с культурой и бытом других народов.

В настоящее время музей-заповедник пользуется большим спросом не только у населения Удмуртской Республики, но и гостей из других городов, а также из других стран. Музей-заповедник под открытым небом в 2012 году посетили туристы из Франции,

Венгрии, Украины, Италии, Испании, Германии, Финляндии, Турции, Азербайджана, Швейцарии, Вьетнама, Канады, США, Иордании, Эстонии, Казахстана, ЮАР, Белоруссии, Словакии, Чехии, Голландии, Узбекистана, Австрии, Великобритании и Японии.

Посещение гостей из других стран нельзя назвать массовым, но, в любом случае, это дает достаточные перспективы для привлечения большего количества иностранных граждан для ознакомления с удмуртской культурой.

Необходимо также отметить популярность среди населения Российской Федерации. В 2012 году музей-заповедник посетили туристы из Новороссийска, Екатеринбурга, Москвы, Казани, Мурманска, Нижнего Новгорода, Пензы, Липецка, Великого Новгорода, Ульяновска, Санкт – Петербурга, Новосибирска, Красноярска, Магадана, Челябинска, Перми, Тюмени, Набережных Челнов, Елабуги, все города Удмуртии, Хабаровск, Вологды, Якутска, Нижневартовска, Кирова, Нальчика, Орла, Самары, Твери и Элисты.

В ходе подготовки работы нами были изучена статистика посещений музея-заповедника «Лудорвай» за последние 4 года.

На основании проведенной работы можно отметить, что суммарное количество посетителей за 2012 год составило 37789 посетителей. Самыми многочисленным сегментом рынка стали служащие – количество посетивших за 2012 год составило 8863 человека. На втором месте среди посетителей – школьники, количество посетивших составляет 7600, на третьем месте – рабочие, количество посетителей категории «рабочие» за 2012 год составило 4296 человек. Количество иностранных граждан из общего числа посетителей составило 934 человека.

В 2013 году суммарное количество посетителей составило 30573 человека. На первом месте по числу посещающих – школьники. Всего за этот год на экскурсии приехал 8672 школьник, это на 1072 человека больше, чем в предыдущем году. На втором месте по числу посещений – служащие, количество посетивших снизилось в сравнении с предыдущим годом на 1057 человек и составило 7806 человек, на третьем месте по количеству посетивших в 2013 году – рабочие. В данном случае наоборот произошло повышение на 1273 человек, что составило 5569 посетителей за год.

Количество посетителей из городов Российской Федерации и других стран мира постоянно растет. В 2013 году музей посетили туристы из таких городов, как Курск, Самара, Сызрань, Магнитогорск, Тольятти, Владимир, Красноярск, Иваново, Тюмень, Звездный, Нижний Тагил, Оренбург, Архангельск, Альметьевск, Ярославль, Краснодар, Уфа, Петрозаводск, Саранск, Калуга, Томск, Саратов, Чайковский, Кострома, В. Новгород, Рязань, Магадан, Калининград, Сургут, Тува, Якутия.

Музей вызвал интерес туристов, проживающих в Эстонии, Египте, Армении, Словакии, Хорватии, Австралии, Канады, Франции, Израиле, Бельгии, Македонии, Эквадоре, Латвии, Голландии, Сирии, Новой Зеландии, Португалии, Ирака, Таиланда и Корея.

Из суммарного количества посетителей за 2013 год 858 человек составили иностранные граждане. За I квартал музей-заповедник посетили 158 человек, за II квартал количество иностранных граждан, посетивших «Лудорвай» составило 343 человека, что на 185 человек больше, чем за прошлый квартал. За III квартал число иностранных граждан составило 220 человек, а за IV квартал количество посетителей данной категории составило 137 человек.

Масштабные мероприятия, проведенные в музее-заповеднике, где присутствовали иностранные туристы, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Статистика мероприятий

Мероприятие	Количество участников
Открытие усадьбы северных удмуртов	1000
Ночь в музее	780
За семью мостами	394
Медовый спас	3200

На декабрь 2014 года общее количество посетивших музей составило 32506 человек. Из них самыми посещаемыми группами по-прежнему остаются школьники, рабочие и служащие. Количество иностранных граждан по отчетности IV квартала составляет 232 человека, что на порядок ниже, чем в предыдущие годы.

В 2015 году количество посещающих «Лудорвай» составило 34060 человек. Без изменений самые активные посетители – это школьники, служащие и рабочие.

Согласно полученным данным, количество посетивших музей-заповедник на апрель 2016 года составило 13163 человек, что говорит о грандиозной работе, проделанной сотрудниками музея. План на 2016 год составляет 33274 человека.

Музей ежегодно посещают более тысячи человек, которые принимают участие в различных программах. Будь то Крещенская ночь, Широкая масленица, Петров день или же это будет «Ночь музеев», медовый спас, открытие новых выставок.

К сожалению, активное участие в данных программах могут принимать не все посетители музея. Остаются в стороне социально-незащищенные категории граждан – инвалиды, дети-сироты, люди из домов престарелых и многие другие.

Согласно сводным данным максимальное количество посетителей из числа социально – незащищенные категорий граждан составило в 2012 году. С каждым годом количество посетителей уменьшалось. Максимальный поток посетителей данной категории пришелся на 2012 год (табл. 2). Не исключено, что такие посетители проходили в одной группе среди школьников, рабочих, иностранных граждан и другие, следовательно, были внесены в отчетность в категории «свободное посещение», «школьники» и так далее.

Таблица 2

Статистика посещений музея-заповедника «Лудорвай»
социально-незащищенными категориями граждан

Год	Количество посетителей
2012	805
2013	713
2014	109
2015	234

Необходимо учитывать, что анализ статистических данных за четыре квартала проходит несколько этапов. Статистика ведется еще на этапе приема заявки от группы по телефону. На втором этапе количество людей, указанных в предварительной заявке сравнивается с фактически посетившими «Лудорвай». Уже на третьем этапе статистические данные обрабатываются Болтачевой Евгенией Мыхадисовной, которая является заведующей отделом экскурсионного обслуживания. В ее прямые должностные обязанности входит обработка заявок, организация и проведение экскурсий и так далее.

После обработки данных на территории музея, обработка данных проходит в главном офисе, располагающийся по адресу: г. Ижевск, ул. Пастухова, д. 13, 3 этаж.

Дальнейшая обработка полученных данных проходит под руководством Ирины Геннадьевны Вершининой. Ирина Геннадьевна является заместителем директора по

основной деятельности, и в ее обязанности входит работа со средствами массовой коммуникации, все направления деятельности музея: научная, фондовая, монтаж выставок, организация пресс-туров.

Для увеличения количества посетителей и привлечения новых сегментов необходимо разработать новый продукт, ориентированный именно на данную группу населения.

В социально-незащищенные категории входят люди с ограниченными возможностями, люди из домов престарелых, дети-сироты. Нами был разработан проект с использованием «арт-терапии», имеющий название «Дуннеез усьтыса». Ранее данный проект не был разработан в рамках этнографического туризма.

В Удмуртской Республике на данный момент несколько десятков домов престарелых, учреждений, где находятся люди с ограниченными возможностями, детских домов и иных учреждений, которые, к сожалению, практически никуда не выезжают, но имеют такую возможность, а если и обладают такой возможностью, то практически нет специально разработанных программ. Таким образом, основной проблемой, на решение которой направлен представленный проект, является небольшое количество существующих программ с социальной направленностью.

В музее-заповеднике «Лудорвай» существуют все условия для разработки таких программ: и богатая территория, и квалифицированные кадры, к примеру, экскурсоводы, и инфраструктура, где можно попробовать национальные блюда. У музея есть и свои постоянные посетители среди интернатов, которые всегда рады возвращаться в музей-заповедник, зная, что их здесь всегда ждут.

Цель проекта – разработка социально-этнографической программы с возможностью раскрытия способностей посетителей, позволяя показать внутренний мир, эмоции и чувства от увиденного в ходе обзорной экскурсии по музею – заповеднику.

Задачи проекта:

1. повышение уровня социальной толерантности;
2. создание благоприятной атмосферы при нахождении на территории группы экскурсантов;
3. создание маршрута обзорной экскурсии;
4. налаживание механизмов взаимодействия сотрудников музея, воспитателей и волонтеров;
5. создание условий для открытия выставки с работами экскурсантов;
6. подбор квалифицированных кадров.
7. определение временных рамок для реализации проекта.

Основным результатом проекта станет разработка эффективной рабочей программы для вышеуказанной категории граждан на территории БУК УР АЭМЗ «Лудорвай», находящегося на территории Удмуртской Республики.

Таблица 3

Расчет стоимости программы «Дуннеез усьтыса»

Наименование услуги	Стоимость в рублях при группе до 25 человек
Обзорная экскурсия с экскурсоводом	30
Угощение (2 перепечи + чай)	60
Программа «Дуннеез усьтыса»	80
Угощение для воспитателей (2 человека)	10
Итого за одного экскурсанта	180

Результатами проекта мы видим вовлеченность и социальную интеграцию социально-незащищенной категорий граждан в общество с помощью участия в инновационном проекте «Дуннеез усьтыса» с элементами обзорной экскурсии т.е.

познания, что такое музей-заповедник, истории его создания, знакомства с инфраструктурой музея, а также использования арт-терапии для выражения своего внутреннего мира и своих переживаний, что позволит обычному населению обратить внимание на таких людей и быть более толерантными по отношению к ним.

Необходимо отметить, что «Лудорвай» обладает достаточно информативным обновленным сайтом в сети Интернет, что позволяет оперативно получить необходимую информацию о контактных телефонах, мероприятиях, официальных документах, а также у посетителя сайта есть возможность принять участие в виртуальной экскурсии, что позволяет заочно познакомиться как с территорией музея, так и с его историей.

Список использованных источников

1. www.ludorvay.ru – Архитектурно-этнографический музей-заповедник «Лудорвай».
2. Лекомцев А.Л. Ресурсный потенциал развития этнотуризма в Граховском районе Удмуртии // Экологический консалтинг. 2014. № 1. С. 34-38.
3. Лудорвай: архитектурно-этнографический музей-заповедник: открытки. – Ижевск: Известия Удмуртской Республики, 2010.
4. Тихонов В.В. Практика создания зарубежных и российских этнографических музеев под открытым небом. // Вестник Забайкальского государственного университета. 2012. № 9. С. 3-8.
5. Этнографический туризм. – Режим доступа: www.stavtourism.rutourism.

УДК 338.48:39(470.51)(045)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Борисова О.Ю.

Удмуртский государственный университет

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ETHNOGRAPHIC FESTIVAL OF TOURISM IN THE UDMURT REPUBLIC

Borisova O.Y.

Udmurt State University

Аннотация: Удмуртская Республика стала традиционным местом для организации и проведения этнических фестивалей, а также разнообразных фольклорных программ, приуроченных к праздникам народного календаря. На сегодняшний день этнографический туризм стал одним из самых разнообразных и массовых видов туризма на территории республики. Мероприятия фольклорной и этнографической направленности становятся мощным стимулом развития событийного этнографического фестивального туризма в регионе. Основой для развития этнографического фестивального туризма является традиционная народная культура. Дается определение понятию традиционная народная культура. Определены основные государственные документы регулирующие вопросы возрождения и пропаганды культурных традиций народов, проживающих в Удмуртии, сохранения и развития культурного наследия. Описана система государственных организаций культуры, призванных осуществлять целенаправленную работу по сохранению, поддержке и популяризации культурного наследия. Выявлены цели и задачи этнографических фестивалей, состав участников и основные направления этнических фестивальных программ. Развитие устойчивого событийного этнографического фестивального туризма в Удмуртии способствует формированию и продвижению положительного туристского имиджа республики.

Abstract: The Udmurt Republic became a traditional place for holding ethnic festivals, and various folk programs, dedicated to the national calendar holidays. Nowadays, tourism has become one of the most diverse and popular form of tourism on the territory of the Udmurt Republic. Folklore and ethnographic events become a development factor of event-ethnographic festival tourism in the region. The development basis of ethnographic festival tourism is the traditional folk culture. The concept of traditional folk culture is defined. Such issues as “key government documents regulating the issues of promoting cultural traditions” and “the preservation and development of cultural heritage” are also identified. The system of state cultural organizations, which were created to carry out purposeful work on preservation, support and promotion of cultural heritage, is described. Main goals and objectives of ethnic festivals, as well as participants and the main directions of ethnic festival programs are identified. Development of sustainable event-ethnographic festival tourism in the Udmurt Republic contributes to the formation and promotion of a positive tourist image of the Republic.

Ключевые слова: фестивальный туризм, региональный фестиваль, Удмуртия.

Key words: festival tourism, regional festival, Udmurt Republic.

На сегодняшний день этнографический туризм стал одним из самых разнообразных и массовых видов туризма на территории Удмуртской Республики. Мероприятия фольклорной и этнографической направленности становятся мощным стимулом развития событийного этнографического фестивального туризма в регионе. Так, в 2015 году такие мероприятия посетили более 45 000 человек, что позволяет говорить о событийном этнографическом фестивальном туризме как о приоритетном для Удмуртии направлении.

Основой для развития этнографического фестивального туризма является традиционная народная культура. Традиционная народная культура или нематериальное культурное наследие – это обычаи, знания, навыки, предметы, культурные пространства, признанные сообществами в качестве культурного наследия и свидетельствующие о культурном разнообразии народов мира. Данный термин рекомендован ЮНЕСКО и определен Конвенцией ЮНЕСКО от 17.10.2003 «О всемирном наследии».

В эпоху глобализации, когда возникает угроза исчезновения национальных особенностей, государственная поддержка традиционного народного искусства особенно актуальна.

Основные цели и задачи политики в сфере культуры, к которым, в том числе, отнесены вопросы возрождения и пропаганды культурных традиций народов, проживающих в Удмуртии, сохранения и развития культурного наследия определены в следующих документах: Стратегия социально-экономического развития Удмуртской Республики на период до 2025 года (раздел «Развитие культуры»), Закон Удмуртской Республики «О государственных языках Удмуртской Республики и иных языках народов Удмуртской Республики», Государственная программа «Культура Удмуртии на 2013-2020 годы», Концепция сохранения и развития нематериального культурного наследия народов, проживающих на территории Удмуртской Республики, на 2012-2016 годы.

На республиканском уровне создана система государственных организаций культуры, призванных осуществлять целенаправленную работу по сохранению, поддержке и популяризации культурного наследия. Это Республиканский Дом народного творчества – Дом молодежи, Национальный музей Удмуртской Республики имени К. Герда, Национальный Центр декоративно-прикладного искусства и ремесел, профессиональные художественные коллективы: Государственный академический ансамбль песни и танца Удмуртской Республики «Италмас», Удмуртский государственный театр фольклорной песни и танца «Айкай», Государственный ансамбль народной песни, музыки и танца Удмуртской Республики «Танок».

В Удмуртской Республике 676 государственных и муниципальных учреждений культурно-досугового типа, в том числе 23 Центра и Дома ремесел. Функционирует 5938 культурно-досуговых формирований, в которых занимается 87457 человек, в том числе

2277 клубов и объединений по интересам. 311 творческих любительских коллективов с количеством участников – 9065 человек имеют почетное звание «народный» и «образцовый». Фольклорных коллективов – 210, а также национальные культурные центры и объединения, которые есть в каждом районе и городе. Организуются и проводятся фольклорные экспедиции, восстановление обрядов, традиционных песен, танцев, народных инструментов, участие в праздниках и фестивалях, как в республике, так и за ее пределами.

Развитие традиционной народной культуры является значимой частью современной культуры Удмуртии. Отношение к культурным ценностям, национальным традициям, их возрождение и развитие в новых формах приобщает современное состояние нашего общества к истокам народной культуры, способствует духовному оздоровлению и нравственному воспитанию подрастающего поколения, повышению культурного уровня Удмуртской Республики. Возрождение и пропаганда культурных традиций народов, проживающих в Удмуртии, осуществляется через международные, всероссийские, региональные, республиканские, фестивали и праздники.

Удмуртская Республика стала традиционным местом для организации и проведения этнических фестивалей, а также разнообразных фольклорных программ, приуроченных к праздникам народного календаря. Также обладают сформированной и устойчивой аудиторией фестивали народных художественных промыслов и ремесел.

Развитию этнографического фестивального туризма в Удмуртии способствует проведение таких фестивалей как – международный Бурановский фестиваль народной культуры, международный фестиваль современного ручного ткачества «Кросна», международный финно-угорский фестиваль этнокультуры "Палэзян", международный фольклорный фестиваль «Окно в небо», международный фестиваль «Быги – столица финно-угорского мира 2014», Российский фестиваль русской традиционной культуры «Высокий Берег», межрегиональный фестиваль финно-угорских народов Поволжья и Урала «Воршуд» (Святыня рода), межрегиональный фестиваль резчиков по дереву «Парковая скульптура», этнофутуристический юмшан-фестиваль «Новая Песня Древней Земли». Помимо фестивалей проводятся традиционные этнические праздники, такие как удмуртский «Гербер», марийский «Семык», чувашский «Акатуй», татарский «Сабантуй». Все вышеперечисленные фестивали и этнические праздники имеют статус традиционных и проводятся регулярно (ежегодно или раз в два года).

Продвижению этнографического фестивального туризма республики способствовало такое яркое и значительное событие, как Первый международный Бурановский фестиваль народной культуры (2013 год). Всего за год в республике был подготовлен фестиваль, способный соперничать с крупнейшими европейскими этно-форумами и по масштабу, и по уровню представленных исполнителей. В фестивале приняли участие 27 коллективов, а это более 400 артистов из России и зарубежья. Идея проведения фестиваля в Удмуртии родилась после триумфального выступления фольклорного коллектива «Бурановские бабушки» на конкурсе «Евровидение-2012». В итоге и Министерство культуры РФ, и Правительство Удмуртии выступили учредителями фестиваля, направленного на поддержку творческих коллективов, самобытных исполнителей-носителей традиционной народной культуры.

Участниками фестивалей являются аутентичные ансамбли, молодежные фольклорные коллективы и отдельные исполнители, представляющие различные жанры, тенденции и направления этнокультуры Венгрии, Финляндии, Эстонии, Удмуртии, Башкортостана, Марий Эл, Мордовии, Коми, Карелии, Ханты-Мансийского и Ненецкого автономных округов, Ленинградской области, Пермского края и др. представители финно-угорских регионов России. Фестивали собирают тысячи участников, гостей и зрителей из разных регионов России, стран ближнего и дальнего зарубежья. Среди зарубежных участников – творческие коллективы из Португалии, Китая, Латвии, Эстонии, Финляндии, Венгрии.

Основными направлениями этнических фестивальных программы являются: информационное, инфраструктурное, событийное, презентационное, образовательное. За время проведения фестивалей на разных площадках Ижевска и районов республики представляется традиционная культура финно-угорских народов, проходят десятки концертов, круглые столы и мастер-классы. Все фестивали имеют этнокультурную и экотуристическую направленность, активно содействует сохранению природного и культурного наследия.

Фестивали становятся площадкой для развития и сохранения самобытной традиционной народной культуры. Так, например, международный финно-угорский фестиваль этнокультуры "Палэзян", проводимый в Дни родственных финно-угорских народов, традиционно отмечаемых в Удмуртии и других финно-угорских регионах России в третью неделю октября. Целями фестиваля являются: сохранение и популяризация самобытной культуры финно-угорских народов в молодежной среде; расширение и упрочение творческих и культурных связей между финно-угорскими регионами Российской Федерации, Венгрией, Финляндией, Эстонией и Удмуртской Республикой; ознакомление широких слоев многонациональной общественности Удмуртии с лучшими образцами современной художественной этнокультуры Удмуртской Республики, регионов России, Венгрии, Финляндии, Эстонии; развитие культурных и фестивальных индустрий в Удмуртии; формирование престижного имиджа Удмуртии как центра культурно-просветительских инициатив финно-угорского мира. В задачи фестиваля входят: поддержка молодежных творческих инициатив по освоению исторического наследия этнокультуры финно-угорских народов; продвижение в городе Ижевске и Удмуртской Республике новых коммуникационных арт-площадок для финно-угорских этнокультурных проектов; обмен опытом и повышение профессионального исполнительского мастерства удмуртских и финно-угорских художественных коллективов и солистов.

Фестивали активно освещаются в федеральных и региональных средствах массовой информации, приезжают на фестивальные мероприятия представители ведущих СМИ и известные блогеры. В ближайшем будущем этнографические фестивали могут стать туристической «визиткой» Удмуртской Республики.

Каждый из вышеперечисленных фестивалей является предпосылками для успешного развития событийного фестивального туризма. Данные культурные мероприятия также могут стать самостоятельной программой специальных туров, как для внутреннего, так и для въездного туризма в республику.

Следует отметить, что рождение и апробирование новых технологий для подъема конкурентоспособности национальной культуры в глобальном культурном пространстве, а также продвижение положительного туристского имиджа республики стало основным результатом фестивального движения.

Развитие устойчивого событийного этнографического фестивального туризма в Удмуртии предполагает не только формирование и продвижение положительного туристского имиджа республики, но и решение целого комплекса проблем: создание перспективного туристского продукта с целью удовлетворения современных потребностей туристов, рациональное использование природного и культурного наследия региона, учет интересов местной экономики на основе взаимодействия и взаимного обогащения, оказание поддержки предпринимательства (стимулирование предприятий, связанных с сельским туризмом), вовлечение населения (местных сообществ) в развитие туризма, увязку интересов бизнеса и местных жителей на основе партнерства, то есть взаимовыгодного сотрудничества.

Список использованных источников

1. Баталова Л.В., Васильева Л.В. Туризм в Удмуртии: история и современность: монография. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2012. – 444 с.
2. www.finnougoria.ru – официальный сайт финно-угорского культурного центра РФ.
3. www.minkultura.udmurt.ru – официальный сайт Министерства культуры и туризма УР.

УДК 379.843:641(470.51)(045)

ФЕСТИВАЛЬ ФИННО-УГОРСКОЙ КУХНИ «БЫГ-БЫГ» КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УДМУРТИИ⁴

Килина С.В.

Удмуртский государственный университет

Баталова Л.В.

Удмуртский государственный университет

FESTIVAL OF FINNO-UGRIC CUISINE "BYG-BYG" AS ONE OF THE COMPONENTS OF GASTRONOMIC TOURISM DEVELOPMENT IN UDMURT REPUBLIC

Kilina S.V.

Udmurt State University

Batalova L.V.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассматривается международный фестиваль финно-угорской кухни «Быг-Быг» как одна из составляющих развития гастрономического туризма в Удмуртии. Фестиваль финно-угорской кухни «Быг-Быг» является ярким и запоминающимся событием финно-угорского мира, на котором представлены не только лучшие кулинарные шедевры финно-угорских поваров и кулинаров, но и обрядовое, музыкальное творчество лучших финно-угорских исполнителей. Описана история фестиваля, выделена ее цель, заключающаяся в привлечении внимания к культурному достоянию финно-угорских народов посредством продвижения кулинарного и творческого искусства. В программу фестиваля входят такие мероприятия как приготовление национальных финно-угорских блюд под открытым небом, дегустации, ярмарки-распродажи от местных производителей, развлекательные мероприятия, образовательные площадки по сельскому туризму, мастер-классы по национальному декоративно-прикладному искусству, кулинарные поединки, выступления творческих коллективов. Фестиваль способствовал открытию первого интерактивного Дома-музея удмуртской кухни в деревне Быги и созданию первого кулинарного путеводителя в Удмуртии. Гастрономический фестиваль финно-угорской кухни «Быг-быг» может стать визитной карточкой региона, привлекающего туристов.

Abstract: The article discusses the international festival of Finno-Ugric cuisine "Byg-Byg" as one of the components of gastronomic tourism development in Udmurt Republic. Festival of Finno-Ugric cuisine "Byg-Byg" is a vivid and memorable event of the Finno-Ugric world, which presents not only the best culinary masterpieces of the Finno-Ugric cooks and chefs, but also the best ethnic folk music of Finno-Ugric artists. The festival history is described, its goal is also identified – to get attention to the cultural heritage of Finno-Ugric people through the promotion of culinary and creative arts. The festival

⁴ Статья подготовлена при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках базовой части Госзадания, код проекта 1968

activity list includes cooking of national Finno-Ugric dishes under the open sky, tastings, sales fairs held by local producers, entertainment events, rural tourism educational events, national crafts classes, cooking contests and artistic team performances. The festival contributed to the opening of the first interactive House-Museum of the Udmurt cuisine in Bygi village and creation of the first culinary guide in the Udmurt Republic. Gastronomic festival of Finno-Ugric cuisine "Byg-byg" can become a distinctive feature of the region to attract tourists.

Ключевые слова: гастрономический туризм, фестиваль, Удмуртия.

Key words: gastronomic tourism, festival, Udmurt Republic.

Гастрономический туризм на сегодняшний день является одним из специфических, относительно молодых и развивающихся направлений туризма. Специфика гастрономического туризма проявляется в возможности повсеместного развития данной сферы, в разнообразии проявлений гастрономических туров в любой сезон года, в способности продвижения местных хозяйств и производителей продовольственных товаров.

В Удмуртии есть все необходимые предпосылки для развития гастрономического туризма. Так, например, гастрономический фестиваль финно-угорской кухни «Быг-быг» вполне может стать визитной карточкой региона, привлекающего туристов.

Международный фестиваль финно-угорской кухни «Быг-Быг» ведет свою историю с 2014 года, когда впервые в деревне Быги Шарканского района Удмуртской Республики в рамках реализации программы «Быги – культурная столица финно-угорского мира 2014» состоялся первый фестиваль [1]. С того момента фестиваль проводится ежегодно, собирая гостей со всего мира, любителей гастрономического туризма. В Фестивале принимают участие представители финно-угорских народов, проживающих в субъектах Российской Федерации и на территории Эстонии, Финляндии, Венгрии; представители районов Удмуртской Республики, профессиональные кулинары и любители национальной кухни; творческие коллективы и отдельные исполнители; туристы и общественные деятели.

Целью фестиваля является привлечение внимания к культурному достоянию финно-угорских народов посредством продвижения кулинарного и творческого искусства. В программу Фестиваля входят такие мероприятия как приготовление национальных финно-угорских блюд под открытым небом, дегустации, ярмарки-распродажи от местных производителей, развлекательные мероприятия, образовательные площадки по сельскому туризму, мастер-классы по национальному декоративно-прикладному искусству, кулинарные поединки, выступления творческих коллективов.

Первый международный фестиваль финно-угорской кухни «Быг-Быг» состоялся 18-19 июля 2014 года в деревне Быги Шарканского района Удмуртской Республики. Фестиваль собрал более 700 гостей со всего мира [2]. Организаторами Фестиваля выступили МО «Шарканский район», МО «Быгинское» при поддержке Министерства культуры, печати и информации Удмуртской Республики, Министерства национальной политики Удмуртской Республики, Министерства по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики, Молодежной ассоциации финно-угорских народов.

Программа Фестиваля началась со знакомства с деревней – первой культурной столицей финно-угорского мира, посещения 7 родников, которые обладают целительной силой. Ярким событием первого дня Фестиваля стал Кулинарный поединок. Из 7 команд участников поединка победу одержала команда из Эстонии. Первый день завершился этнодискотекой под открытым небом с Электрониками djs, с известными удмуртскими исполнителями: Надеждой Уткиной, Аленой Тимерхановой, Иваном Котельниковым, Богданом Анфиногеновым. В течение второго дня Фестиваля каждая делегация готовила свои национальные блюда. Для приобретения блюд действовала своя собственная быгинская валюта – быг.

В программе Фестиваля состоялись творческо-образовательные площадки. Свое кулинарное мастерство показывали талантливые представители финно-угорских народов. Все желающие гости фестиваля могли принять участие в кулинарных поединках и мастер-классах по приготовлению национальных блюд.

В рамках Фестиваля была организована и образовательная площадка – лекторий «Финно-угорская кухня и туризм», ведущими которой были Айвар и Людмила Руукель (Эстония). Также в рамках Фестиваля прошли различные ярмарки-выставки, концерты и выступления творческих коллективов.

Второй Международный фестиваль прошел 11-12 июля 2015 года в деревне Быги Шарканского района», который, по мнению специалистов и участников, стал главным кулинарным событием финно-угорского мира в 2014 году [3]. В празднике приняли участие более 1000 человек, любителей гастрономического туризма и национальной кухни из Удмуртии и других регионов России, а также из Эстонии, Финляндии, Венгрии.

В программе Фестиваля работали следующие творческо-образовательные площадки: «Кулинарное мастерство и кулинарные поединки», где были продемонстрированы кулинарные шедевры поваров финно-угорских народов, площадка способствовала профессиональному росту финно-угорских кулинаров и поваров, выявлению талантливых, творчески работающих кулинаров; площадка «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; площадка «Культурный менеджмент» была направлена на разработку новых форм организации культурных событий, направленных на сохранение и развитие культур финно-угорских народов; на площадке «Традиционная культура» были показаны современные технологии ее развития, сохранения и применения в жизнедеятельности народов.

Помимо творческих площадок в рамках Фестиваля состоялись мастер-классы, ярмарки-выставки, концерты и выступления творческих коллективов. Особенностью Фестиваля стал формат проведения мероприятия – в течение всего дня каждый желающий мог продегустировать различные финно-угорские блюда и напитки, перемещаясь из одной кулинарной зоны в другую.

Третий международный фестиваль финно-угорской кухни «Быг-быг» прошел с 12 по 16 июля 2016 года в Шарканском районе [4]. 13 июля состоялся праздник под открытым небом «Алангасар куара» (Зов Алангасара), на съёмочной площадке первого удмуртского фильма «Тень Алангасара» в деревне Мувыр. На следующий день в деревне Вортчино прошел семинар-практикум «Обрядовая пища в традиционной культуре финно-угорских народов» и праздник «Чорыг нунал» (Рыбный день). 15 июля в усадьбе Тол Бабая отметили праздник табаня «Таба табань» (Сковорода табаня), где были открыты площадки «Ужано ке, ужано» (Работать так работать), «Сиськоно ке, сиськоно» (Кушать так кушать), «Эктоно ке, ектоно» (Танцевать, так танцевать).

В главный день фестиваля (16 июля) прошли кулинарные состязания. Во время фестиваля работал Быгинский базар, ярмарка-продажа местных производителей – «Усточикар», мастер-классы по традиционному декоративно-прикладному искусству – «Чупырок» («Шустрый»), детская игровая площадка – «Шудкар» (Счастливый город), национальные игры деревни Старые Быги.

В последний день фестиваля прошел театрализованный концерт «Быг-быг – фестиваль дружбы», участниками которого стали творческие коллективы, исполнители, песни, танцы и обряды которых связаны с кухней разных народов.

Следует отметить, что в рамках фестиваля состоялось открытие первого интерактивного Дома-музея удмуртской кухни в деревне Быги. Посетители музея могли приготовить под руководством опытных кулинаров блюда удмуртской кухни и съесть их. В меню были представлены рецепты традиционных для Шарканского района блюд:

перепечи с различными начинками (грибы, мясо, капуста, кровяные), табани с припеком и многое другое. Посетители музея могли попробовать и традиционный удмуртский напиток варьш.

Также в рамках Фестиваля состоялась презентация первого кулинарного путеводителя в Удмуртии. Путеводитель представляет собой карту Удмуртии с рецептами блюд, свойственных тому или иному району республики. В него вошли более 30-ти традиционных удмуртских блюд. В путеводителе можно ознакомиться не только с разнообразными блюдами, но и с рецептом их приготовления. Туристы и все желающие могут познакомиться с оригинальными вкусами, которые готовятся исключительно в определенных районах. Так, например, вирен пересьмон (перепечи с кровью) можно попробовать только в Шарканском районе, а пельмени с пестиками – в Кезском.

Фестиваль финно-угорской кухни «Быг-Быг» стал ярким и запоминающимся событием финно-угорского мира, на котором представлены не только лучшие кулинарные шедевры финно-угорских поваров и кулинаров, но и обрядовое, музыкальное творчество лучших финно-угорских исполнителей.

В условиях все большей конкуренции в сфере туризма и его маркетинга, каждый регион находится в поиске уникальных продуктов, с помощью которых можно было бы дифференцировать себя от других [5]. Сама по себе местная кухня уже является той платформой, которая содержит необходимые ресурсы, которые могут быть использованы в качестве маркетингового инструментария для привлечения клиентов, продвижения городов и регионов.

Список использованных источников и литературы

1. www.strategy18.ru – официальный сайт Института стратегии развития региона.
2. www.finnougoria.ru – официальный сайт финно-угорского культурного центра РФ.
3. www.udmddn.ru – официальный сайт БУ УР «Дом Дружбы народов».
4. www.gurtari.ru – официальный сайт Бюро сельского туризма «Гуртари».
5. География туризма / Под ред. А.Ю. Александровой. – М: Кнорус, 2015. – 592 с.

РАЗДЕЛ 8

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АРХЕОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 902(470.343)(045)

К ВОПРОСУ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ ГОРНОМАРИЙСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

Макаева И.В.

Марийский государственный университет

Кадыкова Г.Н.

Марийский государственный университет

Ефремова Д.Ю.

Национальный музей Республики Марий Эл им. Т. Евсеева

STUDY OF ARCHAEOLOGICAL HERITAGE OF GORNOMARIYSKY DISTRICT OF THE REPUBLIC MARI EL

Makayeva I.V.

Mari State University

Kadykova G.N.

Mari State University

Yefremova D.Y.

T. Evseev National Museum of The Republic of Mari El

Аннотация: В данной статье проанализирована систематизация археологических памятников Горномарийского района Республики Марий Эл. В работе совмещены разные принципы систематизации. Памятники археологии, расположенные на территории Горномарийского района, сгруппированы не только по основным эпохам, но и бассейнам рек. Подобный подход позволил проследить становление культурного наследия отдельно взятого района в историческом развитии.

Abstract: Systematization of archaeological monuments of Gornomariysky district of the republic Mari El has been analyzed in the article. The work combines different principles of systematization. The archaeological monuments, located in the territory of Gornomariysky district, have been grouped not only by main eras, but also by river basins. This approach allowed to trace formation of the cultural heritage of separately taken district in the historical development.

Ключевые слова: археология, объекты археологического наследия, археологические памятники, археологическое наследие.

Key words: archeology, archaeological heritage sites, archaeological sites, archaeological heritage.

Горномарийский район располагается в юго-западной части Республики Марий Эл, в большей степени на правом берегу р. Волга и небольшие участки находятся в левобережье р. Волга и р. Ветлуга и правобережье р. Дорогучи. В геоморфологическом отношении правобережная сторона представляет собой часть Приволжской возвышенности, которая характеризуется возвышенным двухъярусным, ступенчатым денудационным рельефом [13], изрезанным малыми реками, впадающими в Волгу: Сура, Сумка, Юнга, Малая Юнга, Сундырь, Большая Сундырка и их притоками. Заволжская (левобережная часть) представлена одноярусным рельефом, т.н. «Марийской низменностью», сильно залесенной и заболоченной, с тремя реками – р. Сугрюм (левый приток р. Ветлуга) и р. Рутка и р. Дорогуча (левые притоки р. Волга).

Горномарийский район Республики Марий Эл, его правобережная часть – один из наиболее густо заселенных и соответственно хозяйственно освоенных регионов республики. На данной территории обнаружено наибольшее количество объектов археологического наследия (ОАН) всех эпох начиная с палеолита до XIX в., которые в силу ряда причин подвержены уничтожению.

Впервые памятники археологии были обобщены и систематизированы в 1949 г. в работе А.П. Смирнова «Археологические памятники на территории Марийской АССР и их место в материальной культуре Поволжья» [14]. В основу систематизации археологических памятников, находящихся на территории Марийской АССР и смежных с ней территорий, исследователь положил градацию по эпохам с подробной характеристикой археологических культур, но без четкого выделения местоположения памятников и их территориального разделения.

В 1960 г. выходят «Материалы к археологической карте Марийской АССР» под авторством А.Г. Архипова и А.Х. Халикова, основанные на результатах исследований Чувашско-Марийского Поволжья вновь образованной в 1956 г. Марийской археологической экспедиции [2]. Памятники, расположенные в Горномарийском районе вошли в Раздел 5: «Памятники, расположенные в бассейнах рр. Б. Сундырки, Б.и М. Юнги и Суры, правых притоков р. Волги». Внутри разделов нет четкой систематизации по эпохам, и объекты представлены в виде перечисления без учета культурой принадлежности.

В 1978 г. выходит публикация В.В. Никитина и П.Н. Старостина «Материалы к археологической карте Марийской АССР», которая является продолжением предыдущего выпуска 1960 г. [10]. В издании 1978 г. обобщены и представлены в виде каталога результаты разведочных работ за период с 1970 по 1977 гг.

В 1982 г. изданы «Материалы к археологической карте Марийской АССР» под авторством В.В. Никитина и В.С. Патрушева [11]. По своей структуре данный выпуск повторяет предыдущие издания, но дополнен новыми археологическими материалами.

Следующим этапом в упорядочении данных об объектах археологического наследия Марийского Поволжья стали два издания: первое – «Атлас археологических памятников Марийской АССР» под авторством В.В. Никитина и Б.С. Соловьева в 1990 г. [9] и второе – Г.А. Архипова и Т.Б. Никитиной «Атлас археологических памятников Республики Марий Эл» в 1993 г. [1].

В первом выпуске археологические памятники систематизированы по уже существующей схеме – последовательно по эпохам в соответствии с археологическими культурами. Каталог включает сведения о 762 памятниках, расположенных на территории Марийской АССР, относящихся к обширному хронологическому диапазону от эпохи верхнего палеолита до поздней бронзы и содержит результаты исследования вплоть до 1989 г. [9, с.3].

Второй выпуск продолжает характеристику памятников и содержит описание 245 объектов с эпохи раннего железного века (I тыс. до н.э.) до начала XIX в. [1, с.3]. В отличие от предыдущего издания, памятники археологии систематизированы не только по эпохам, но и по бассейнам рек. Каталог дополнен языческими мольбищами XVIII-XIX вв. и является ценным источником для изучения духовной культуры местного населения. Данный вид объектов культурного наследия марийского народа уникален, не характерен для подобного рода каталогов и отражает своеобразие Марийско-Чувашского Поволжья.

В 2009 г. выходит справочник В.В. Никитина «Археологическая карта Республики Марий Эл» [8]. В его основу положены сведения обо всех известных на период 2005 г. археологических памятниках. Материал систематизирован в соответствии с современными требованиями подобного такого рода изданиям – по территориально-административному принципу. В отдельных статьях информация структурирована по схеме: местоположение, культурная принадлежность, время существования, основные результаты раскопок, современное состояние памятника, указание сведений об авторах

открытия и истории изучения, места хранения коллекций, архивных фондов и списка литературы. Памятники внутри разделов сгруппированы по принципу сохранности на 2005 г. В настоящем издании представлены сведения о 962 объектах, из них 180 располагается на территории Горномарийского района.

На сегодняшний день на территории Горномарийского района насчитывается 180 объектов археологического наследия. Количество памятников увеличено по сравнению с выше характеризуемым справочником, т.к. с 2005 по 2016 гг. появились новые данные. Например, в ходе обследования 2002 г., проведенных А.И. Михеевой (археологическая экспедиция НППЦ) в 300 м к востоку от д. Сарлайкино обнаружен новый курганный могильник [7], в 2005, 2011 гг. на о. Соколиная Гора обнаружено 4 поселения эпохи камня [4], полностью исследовано Сиухинское II городище (2009-2010 гг.), выявлено и раскопано святилище на склоне Важнангерского (Мало-Сундырского) городища (2005-2007 гг.), иначе интерпретированы результаты исследований части поселения «Красное селище II» (2004 г.) [3, с. 66-69], в ходе разведочных работ 2011 г. был обнаружен новый памятник «Сауткинский жертвенник II», а в результате хозяйственных работ 2012 г. в зоне Чебоксарского водохранилища выявлено полное разрушение Юльяльской VI стоянки.

Как известно, все памятники археологии разделяются на три основные категории: поселения, могильники и святилища. А.И. Мартынов в своем учебном пособии приводит следующие характеристики некоторых из них [16]:

«Поселения – общее название целой группы археологических памятников, связанных с жизнью людей в прошлом. В зависимости от эпохи и характера деятельности людей они различны. Среди них выделяются собственно поселения, расположенные, как правило, на приречных террасах, берегах озер или древних водоемов, которых сейчас нет. Эти места содержат следы от жилищ и хозяйственной деятельности. По условиям расположения они либо открытые, не имеющие никаких специально сделанных укреплений, либо использующие только естественные особенности ландшафта (удобная береговая терраса, возвышение, овраги, ручьи, естественно закрытые пещеры в горной местности). Поселения различаются по длительности пребывания людей в одном месте. Недолговременные поселения обычно называются стоянками. Стоянки часто связаны с местами добычи и обработки камня, руды, кратковременных поселений скотоводов.

Городищами называются укрепленные места жительства, имеющие вал и ров или другого характера укрепление. Они появились в эпоху бронзы и характерны для последующих эпох».

Неукрепленные поселения долговременного характера получили в археологии название селища.

«Погребения и погребальные сооружения – вторая, наиболее многочисленная группа археологических памятников. Они представлены грунтовыми могильниками, курганами и гробницами. Такое деление сделано по внешним признакам, наличию или отсутствию сооружений на поверхности над местом погребения.

Курганы – разновидность погребальных памятников. Характеризуется обычно сооружением земляной насыпи над погребальной ямой. Выделяются многочисленные типы курганов, характеризующиеся особенностями конструкции погребальной камеры и насыпи. Конструктивно и по внешнему виду насыпи различны: это сооружения только из земли, земли и камня или только из камня.

Грунтовые могильники – это погребальные памятники, не проявленные на поверхности. Такие могильники не содержат сложных сооружений» [16].

И еще один вид памятника, определение которого довольно спорно, но наиболее точно дано в работе А.В. Тиваненко: «Святилище (культовое место) – это комплекс почитаемых объектов с едиными территориальными границами, на которых совершались ритуальные действия в честь духов местности, умерших предков (на могильнике), покровителей семейно-родовой общины (в жилище и на поселении). Под святилищем

подразумевается долговременный комплекс, вобравший объекты культового характера различных эпох и в силу своей древности получивший общеплеменное (или общеродовое) значение» [15].

Практически все эти категории археологических памятников встречаются в Горномарийском районе.

На исследуемой территории насчитывается 106 стоянок/селищ, из которых 40 сохранились на сегодняшний день (например, возле деревень Сауткино, д. Юльялы, д. Еникеево, на о. Мольбище, д. Писералы, д. Болониха, д. Нижние Шелаболки, д. Красное селище, д. Иванова гора, д. Носёлы, д. Важнангер, д. Актушево, д. Ключево, д. Яндушево, д. Красногорка, д. Сиухино, на о. Соколиная гора в Чебоксарском водохранилище) и 62 стоянки/селища разрушено (у д. Юнга-Кушерга, на о. Мольбище, у д. Паулкино, у д. Сауткино, у д. Шартнейка, у д. Юльялы, у д. Ахмылово, у д. Владимирское, у д. Губино, у д. Коротни, у д. Красное селище, у д. Токари, у д. Шунангер, у д. Ключево, у д. Носёлы, у д. Саратеево, у д. Четнаево, у д. Березово и селище у Токаринского городища).

Отдельно выделяются т.н. «кремневые мастерские» – места выхода кремня и концентрации отходов производства орудий из него, имеющих широкую датировку. К таким памятникам можно отнести 4 объекта возле д. Юльялы, которые разрушены Чебоксарским водохранилищем (кремневые мастерские I – III, кремневая мастерская-пристань).

Среди городищ насчитывается 19 объектов, из которых 16 существуют и сегодня. Наиболее известными являются городища у д. Юльялы, у д. Новая Слобода, у д. Копань, у д. Емангаши, у д. Красное Селище, у д. Барковка, «Иванова гора» и Важнангерское (Мало-Сундырское). Три объекта не сохранились или полностью исследованы – у д. Токари, у д. Владимирское, у д. Сиухино.

Особым видом археологических памятников являются древние города. Подобных ОАН в Сурско-Сундырском междуречье, прилегающем к правобережной части Волги, нет, но есть памятник, который исследователи характеризуют как протогород. Это Важнангерское (Мало-Сундырское) городище «Аламнер» (XIV-XV вв.), расположенное на мысовидном изгибе высокой террасы р. Волги [7, 12].

В Горномарийском районе насчитывается 13 курганных могильников, из которых 8 сохранились и расположены: возле д. Вилатово (Курганный могильник II, Курганный могильник III), возле д. Миняшкино, д. Мямикеево, д. Климкино, д. Шерекей, д. Красное селище, д. Сарлайкино (Сарлайкинский II курганный могильник); а 5 разрушены – у д. Вилатово (Курганный могильник I), д. Пепкино, д. Сарлайкино (Сарлайкинский I курганный могильник), д. Писералы и на берегу бывшего оз. Ахмыловское (ныне Чебоксарское водохранилище).

На исследуемой территории известно 41 грунтовый могильник, из них 33 существуют и сегодня: возле д. Нижние Шелаболки, д. Юльялы, д. Малый Сундырь, д. Еласы, д. Важнангер, д. Паратмары, д. Кадышево, д. Янгосово, д. Лузино, д. Заовражные Пертнуры, д. Картуково, д. Пальтикино, д. Кузнецово, д. Кукшылиды, д. Шешмары, д. Юнга-Кушерга, д. Замятино, д. Микряково, д. Пайгусово, д. Исюткино, д. Каранькино, д. Салмандаево, д. Березово, д. Пернянгаши, д. Чермышево на о. Соколиная гора в Чебоксарском водохранилище и «Иванова гора»; а 8 не сохранилось: возле д. Пайгусово, д. Юльялы, д. Аозино, д. Волна, д. Владимирское, д. Кукшылиды, д. Важнангер и г. Козьмодемьянск.

К особому виду археологических объектов относятся сакральные памятники, которых насчитывается 13 – это «Юнга-Пернянгатский жертвенник», «Важнангерский жертвенник I», «Важнангерский жертвенник II», «Носельский жертвенник», «Сауткинский жертвенник I», «Сауткинский жертвенник II», «Сиухинское святилище», «Писеральский жертвенник», «Пикузинский жертвенник», жертвенники на валах Юльяльского и Красногорского городищ, святилища на склоне Важнангерского (Мало-Сундырского) городища и на поселении «Красное селище II». В связи с особым

месторасположением данных памятников (мысы террас) они все разрушаются или уже разрушены. Часть из них полностью изучены («Писеральский жертвенник», «Сиухинское святилище», жертвенник на валу Юльяльского городища, святилища на склоне Важнангерского (Мало-Сундырского) городища и на поселении «Красное селище II»).

Таким образом, анализ типологии археологических памятников на территории Горномарийского района показал, что здесь присутствуют: стоянки (106), городища (19), курганы (13), грунтовые могильники (41), сакральные памятники (13).

Для полной картины современного состояния памятников на территории Горномарийского района необходима их систематизация, которая позволит проанализировать процесс формирования археологического наследия в его историческом развитии. Для этого предлагается совместить предложенные ранее принципы: сгруппировать ОАН не только по основным эпохам, но и по бассейнам рек.

Анализ расположения ОАН по бассейнам рек показывает, что наиболее привлекательной для населения в разные эпохи была р. Волга. Здесь выявлено наибольшее количество поселений – 62, девять могильников/кладбищ и два святилища. Следующей по привлекательности является р. Сундырь. На ней насчитывается 25 поселений, семь могильников/кладбищ и три культовых памятника. На р. Большая Юнга известно пять поселений, 11 могильников/кладбищ, и три святилища. На р. Малая Юнга – два поселения, 14 могильников/кладбищ; на р. Сумка и ее безымянном притоке – семь поселений, восемь могильников/кладбищ и одно святилище; на р. Сура – восемь поселений, один могильник и одно святилище; на р. Обуховка – пять поселений, один могильник; на р. Ветлуга – пять поселений; на р. Волна – четыре поселения и один могильник; на р. Большая Сундырка и ее притоках – два могильника и одно святилище; на р. Малый Сундырь – одно поселение, один могильник и два святилища.

Если посмотреть на современную карту расселения, то картина несколько изменяется – вдоль р. Волги практически нет деревень. Они, как правило, удалены от береговой линии коренной террасы. По месторасположению относительно речных бассейнов первое место занимает р. Большая Юнга (13 деревень); далее одинаково привлекательны р.р. Сумка и Малая Юнга (по 11 деревень); затем р. Малый Сундырь и Сундырь (8 деревень) и т.д. Если учитывать, что современная система расселения складывается к началу XVIII вв. [3, с. 140 – 158], то в силу различных причин население Сурско-Сундырского междуречья в эпоху нового времени традиционно занимая бассейны рек, территориально смещается к центру – к рр. Большая Юнга, Сумка и Малая Юнга.

Получается, что р. Большая Юнга и восточная прибрежная часть района – это зоны наибольшей концентрации памятников археологии и в то же время наибольшего хозяйственного освоения. Из 180 объектов археологии, известных на сегодняшний день 85 разрушены, но справедливости ради нужно отметить, что уничтожены они были по большей части в ходе строительства Чебоксарского водохранилища.

Общий анализ принадлежности памятников к определенным эпохам показал, что к палеолиту относится 2 объекта; мезолиту – 14; неолиту – 7; энеолиту – 14; к бронзовому веку – 34; к эпохе раннего железного века – 15; к эпохе «великого переселения» – 2, к средним векам – 56; к новому времени – 36 объектов. Среди памятников, относящихся к Горномарийскому району, в «Археологической карте Республики Марий Эл» (2009 г.) [8] одному объекту не дана характеристика культурной принадлежности (Красное Селище – курган, не исследовался), а на территории района курганы встречаются в эпоху бронзы и первую половину I тыс. н.э., поэтому по внешним признакам его невозможно отнести к какой-либо эпохе достоверно. Такая же картина с Сарлайкинскими курганами, обнаруженными в 2002 г. Они отнесены к абашевской культуре только по территориальному принципу. Кроме того, 14 археологических объектов имеют довольно широкие временные рамки и датированы эпохой камня, без уточнения более узкой градации. Несколько памятников (святилища) начинают функционировать в первой половине II тысячелетия н.э. и существуют на протяжении нескольких веков и вплоть до

XIX в. (Важнангерский жертвенник / втор. пол. XIII – XVI вв./; Писеральский жертвенник /втор. пол. XIV – XVII вв./, Сиухинское святилище /XIII – XIX вв./, Юльяльский жертвенник /XV – сер. XIX вв./).

На территории Марийского Поволжья к эпохе палеолита относятся два памятника – стоянка первобытного человека у д. Юнга-Кушерга на берегу р. Большой Юнги и разрушенная в результате размыва береговой линии р. Сундырь Юльяльская кремнеобрабатывающая мастерская II (рис.1). Юнго-Кушергинская стоянка исследована в 1959 г. Марийской археологической экспедицией (МарАЭ) под руководством А. Х. Халикова и датирована в пределах 20-22 тыс. лет. На сегодняшний день памятник полностью исследован.

Мезолитические стоянки располагаются на дюнных всхолмлениях береговых террас р. Волги (Юльяльская IV, Мольбищенская I, Руткинская V-VI, Шартнейская III стоянки и др.) и р. Сундырь (Сауткинские I-III, V, Паулкинская стоянки). Всего по берегам рр. Волги и Сундырь обнаружено 14 археологических памятников (рис.1). Часть из них разрушена в результате хозяйственного освоения, Чебоксарским водохранилищем и оползнями.

Неолитические памятники представлены 6-ю разрушенными волосовскими стоянками, расположенными по берегам р. Волги: Ахмыловская I, Владимирская II, Губинская, Коротнинская II и два селища на о. Мольбищенском. Все разрушены Чебоксарским водохранилищем. Один сохранившийся памятник (поселение I) расположен на о. Соколиная гора в Чебоксарском водохранилище (рис.2).

Археологические памятники эпохи энеолита обнаружены на побережьях рр. Волги, Сундырь и Суры. К этому периоду относятся поселения: Руткинские I-II, IV, Ахмыловское II, Мольбищенское II-IV, Юльяльское I, Шунангерское I, Токаринское и др. Всего памятников насчитывается 14, из которых 12 разрушены Чебоксарским водохранилищем (рис.2).

В эпоху бронзы на территории Чувашско-Марийского Поволжья появляются индоиранские скотоводческие племена абашевской культурно-исторической общности и балановские племена, относящиеся к ареалу европейских культур боевых топоров. Ярким проявлением военного столкновения различных культур является «братская» могила Пепкинского кургана, расположенная на перекрестке дорог из г. Козьмодемьянска, с. Виловатово и д. Картуково. Кроме того, средневолжская абашевская культура в Горномарийском районе представлена еще семью древними курганными могильниками, расположенными на побережьях рр. Малой и Большой Юнги, р. Сундыря, верховьях рр. Малой Юнги и Большой Сундырки. Наиболее известны Виловатовские I-III, Миняшкинский, Шерекейский курганные могильники и др. К балановской культуре относятся Пайгусовский могильник (зафиксированный только по упоминаниям, и не имеет точной привязки к местности) и Писеральское I поселение.

Эпоха бронзового века – это в том числе и период взаимодействия срубно-андроноидных и древнефинских культур: приказанской, поздняяковской и «текстильной» керамики. На территории Горномарийского района Республики Марий Эл выявлены 11 памятников поздняяковской культуры и все они расположены вдоль р. Волги (рис. 3). Наиболее известным является Акозинское поселение, на котором исследовано наземное прямоугольное каркасно-столбовое жилище с очагом и каменной выкладкой. К культуре текстильной керамики относятся 7 поселений: Писеральское II, Ахмыловское III, Коротнинское III, Руткинское III, Четнаевское. К этому же периоду относятся два поселения чирковской культуры: Носельское III поселение и нижние слои Юльяльского городища.

Всего насчитывается 34 археологических памятника эпохи бронзы, причем, 14 из них сохранились, а 20 памятников разрушены при строительстве оградительной дамбы, Чебоксарским водохранилищем, распашкой или же полностью исследованы.

Эпоха раннего железного века характеризуется сосуществованием западноволжского варианта ананьинской общности и общности текстильной керамики VIII-V вв. до н.э. Среди памятников этого круга известны: Акозинский I, Козьмодемьянский, Старший Ахмыловский могильники, Копаньское, Сиухинское II, Токаревское, Емангашские I и II, «Анинское городище» у с. Новая Слобода, «Малахайское», Юльяльское городища; Сауткинская, Акозинская II, Юльяльская V стоянки и Малахайское селище – всего 15 (рис. 4). Девять из них существуют и сегодня, шесть разрушены Чебоксарским водохранилищем или полностью исследованы.

Эпоха «великого переселения народов» на территории Горномарийского района представлена памятниками т.н. «писеральско-андреевского типа» в виде немногочисленных курганных некрополей начала I тыс. н. э. В Горномарийском районе исследованы могильники у д.д. Климкино и Писералы возле рр. Малая и Большая Юнга (рис.4). Таким образом, эта эпоха насчитывает 2 полностью или частично исследованных памятника.

К средним векам можно отнести 56 археологических объектов, из них 44 существуют и сегодня, 12 уничтожено Чебоксарским водохранилищем, береговыми обрывами или оползнями. Все эти памятники в основном сконцентрированы по берегам рр. Волга, Сундырь, Большая и Малая Юнга, Сумки, Обуховка. Наиболее известными археологическими памятниками этого времени на территории Горномарийского края являются памятники – поселения I-IV у д. Красное Селище, Сауткинское, Юльяльское, Шунангерское селища; Владимирское и Пайгусовское городища, Юнга-Пернянгатское святилища (рис. 5).

К памятникам археологии нового времени можно отнести 36 могильников/кладбищ, 29 из которых известны и сегодня: возле д. Шешмары, д. Важнангер, д. Микряково, д. Юльялы, д. Пернянгаши, д. Картуково и др., и три разрушены Чебоксарским водохранилищем и строительством моста через р. Сундырь: возле д. Важнангер, д. Владимирское, д. Кукшылиды. Сюда даже относятся и 5 культовых памятников, часть из которых начинает свое функционирование еще в эпоху средневековья – Писеральский жертвенник (втор. пол. XIV – XVII вв.), Важнангерский I жертвенник (втор. пол. XIII – XVI вв.), Сиухинское святилище (XIII – XIX вв.), жертвенник на валу Юльяльского городища (сер. II тыс. н.э.– сер. XIX вв.), жертвенник на валу Красногорского городища (датирован по аналогии) (рис. 6).

Исходя из проведенного анализа, количество памятников относительно их принадлежности к археологическим культурам увеличивается до 194, потому как многие из них являются многослойными. Например, Сиухинское II городище – памятник эпохи РЖВ, средневековья и существует вплоть до XIX в., Носельское III селище – памятник эпохи бронзы и средневековья; Юльяльское городище – памятник чирковской, ананьинской, древнеарийской I тыс. н.э. и святилище эпохи нового времени и т.д. Этот фактор еще раз доказывает привлекательность отдельных мест проживания населения в различные эпохи.

Таким образом, проведенные исследования показывают, что история формирования культурного наследия Горномарийского района насчитывает тысячелетия, а его местоположение является привлекательным для населения практически во все эпохи. Наиболее заселенными во все времена были побережье р. Волги и бассейн р. Большая Юнга. Наиболее интенсивному антропогенному разрушению подвергаются области с наибольшей концентрацией ОАН – прибрежная волжская часть (в результате размыва Чебоксарским водохранилищем) и центральной (в ходе интенсивного хозяйственного освоения). Следовательно, в первую очередь изучение и сохранение культурного наследия следует направить в зоны подверженные максимальному разрушению и в данном регионе республики это особенно актуально.



Рис. 1. Памятники эпохи палеолита (а) и мезолита (б):

1. Юнга-Кунерта, 2. Юльяльская кремнеобрабатывающая мастерская II; 3. Юльяльская IV ст.; 4. Мольбищенская ст.; 5-6. Руткинские V-VI ст.; 7-9. пос. II-IV на о. Соколинная Гора; 10. Шартнейская ст.; 11-14. Саткинские I-III, V; 15. Паулкинская II ст.; 16. Еникеевская IV ст.



Рис. 2. Памятники эпохи неолита (а) и бронзы (б):

1. Ахмыловская I ст.; 2. Владимирская II ст.; 3. Губинская ст.; 4. Коротнинская II ст.; 5- Мольбищенские V-VI ст.; 7. пос. «Соколинная Гора» I; 8-10. Руткинские ст. I, II, IV; 11. Ахмыловское II пос.; 12-14. Мольбищенские ст. II-IV; 15-17. Еникеевские пос. I-III; 18. Коротнинская ст. I; 19. Юльяльская ст. VI; 20. Токаревская ст.; 21. Красноселищенская ст.

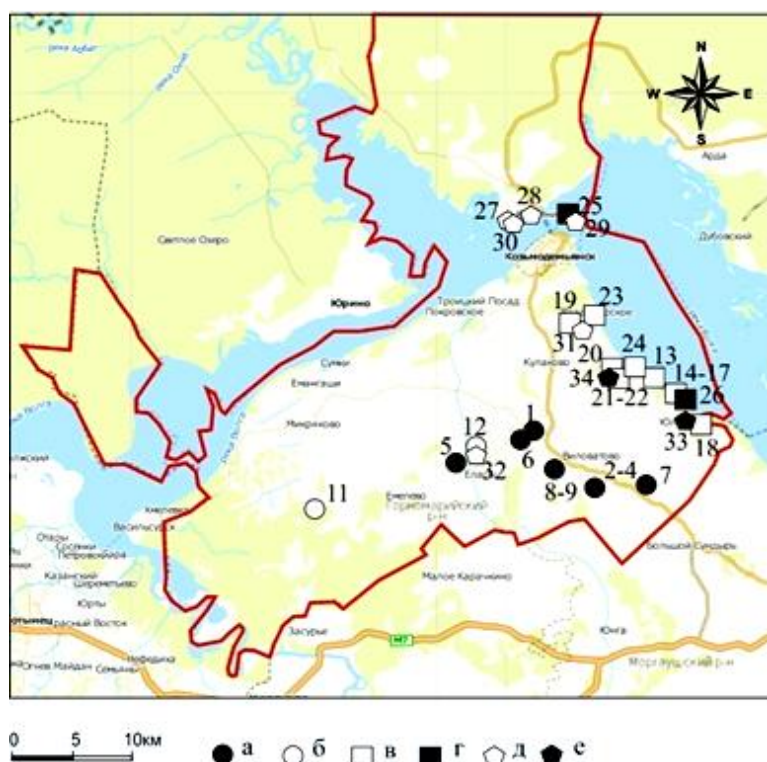


Рис. 3. Памятники эпохи бронзы.

Культурная принадлежность :
а) абашевская кно;
б) балановская культура;
в) позняковская культура;
г) приказанская культура;
д) «текстильной керамики»;
е) чирковская культура.

- 1.Пепкинский к.м.
- 2-4.Виловатовский I-III к.м.,
- 5.Миняшкинский к.м.,
- 6.Мяникоевский к.м.,
- 7.Шерекейский к.,
- 8-9.Сарлайкинские I-II к.м.;
10. Руткинский к.;
- 11.Пайгусовский м-к;
- 12.Писеральское I пос.;
- 13.Акозинское I пос.;
- 14-17.Шартнейские I-IV пос.;
- 18.Юльяльская II ст.;
- 19.Нижнешлаболкинская ст.;
- 20.Саратеевская ст.;
- 21-22. Носельское пос. и ст.;
- 23.Владимирская ст.;
- 24.Ключевская ст.;
- 25.Мольбищенское VI пос.;
- 26.Шартнейское IV пос.;
- 27.Ахмыловское III пос.;
- 28.Коротнинская III ст.;
- 29.Мольбищенское VI пос.;
- 30.Руткинское III пос.;
31. Четнаевская ст.;
- 32.Писеральская II ст.;
- 33.Юльяльское пос.;
- 34.Носельское III пос.

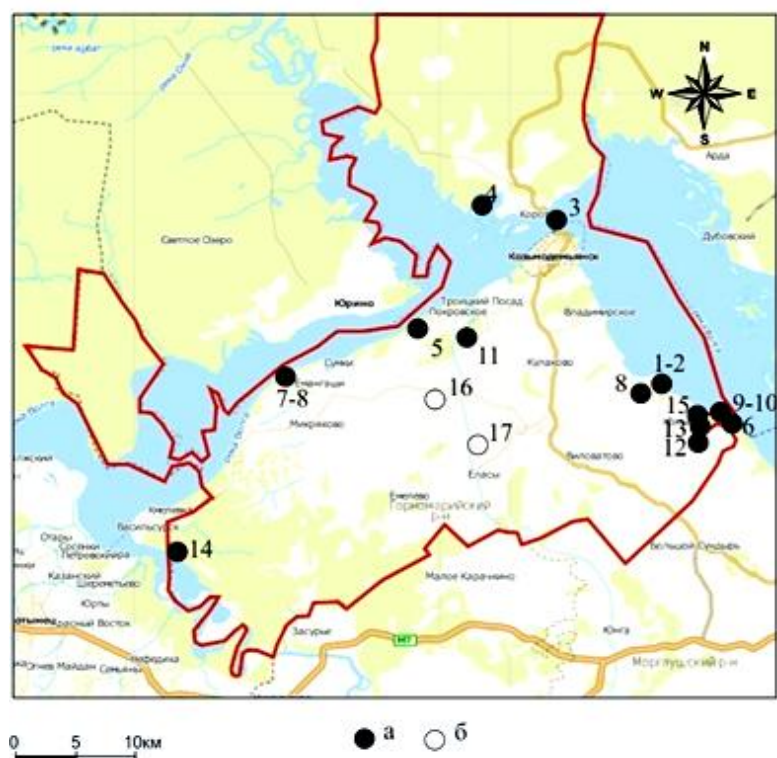
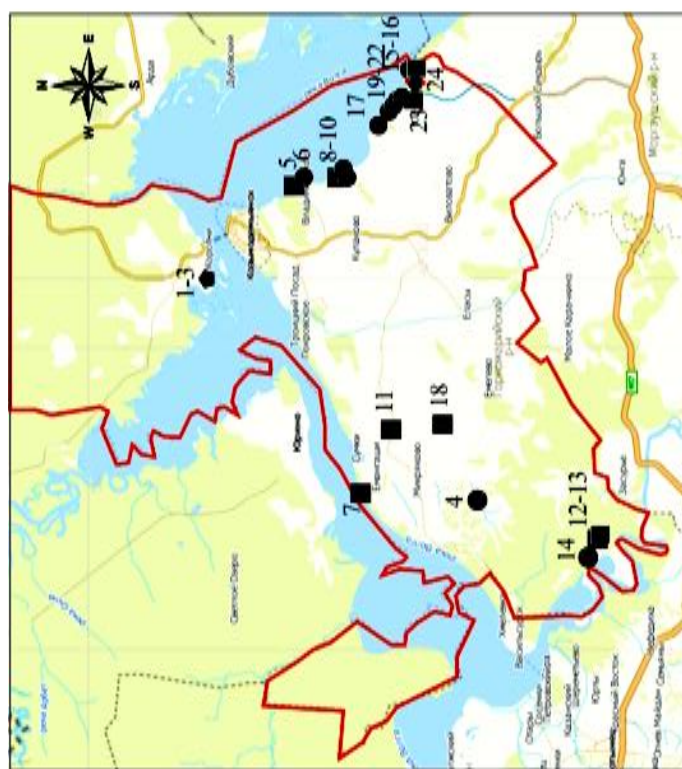


Рис. 4. Памятники эпохи раннего железа ананьинской культурно-исторической общности (а) и первой пол I тыс. н.э. (б)

- 1-2.Акозинский м-к и ст.;
- 3.Козьмодемьянский м-к;
- 4.Старший Ахмыловский м-к;
- 5.Копаньское г-ще;
- 6.Токаревское г-ще;
- 7-8.Емангащские I-II г-ща;
- 9-10.Малахайское г-ще и сел.;
- 11.Сиухинское г-ще;
- 13.Юльяльская V ст.;
14. «Анинское» г-ще у д. Новая слобода;
- 15.Юльяльское г-ще;
- 16.Климкинские к.;
- 17.Писеральские к.



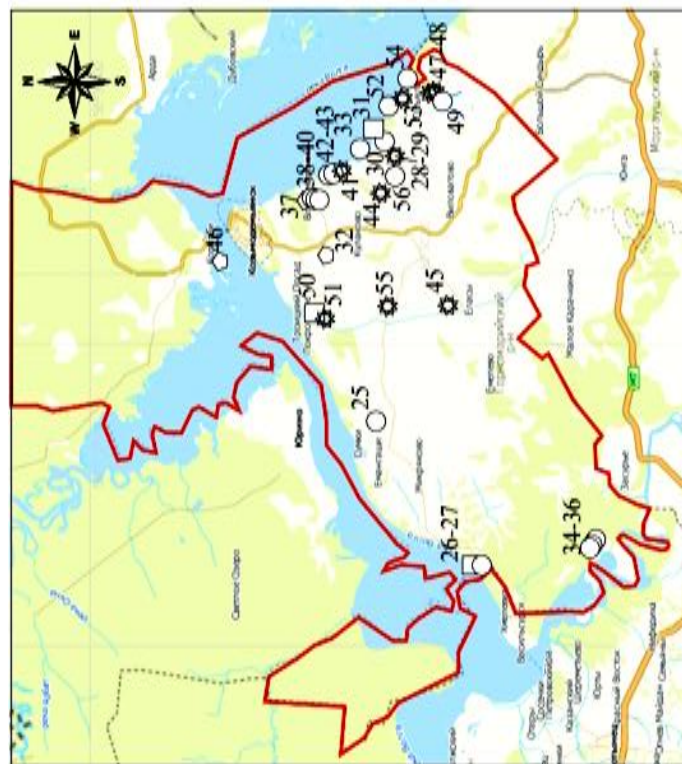
а) ● - селища ■ - городища ○ - могильники

Рис. 5. Памятники эпохи средневековья:

а - I тыс. н.э.; б - первой пол. II тыс. н.э.

1. Ахмалово. Младший м-к, V-VII вв.
2. Ахмалово. Селище I.
3. Ахмалово. Селище II.
4. Березово. Селище.
5. Владимирское. Городище.
6. Владимирское. Селище.
7. Еманташи. Городище II.
8. Иваново гора. Городище.
9. Иваново гора. Селище II.
10. Иваново гора. Селище.
11. Красная Горка. Городище.
12. Красное Селище. Городище I.

13. Красное Селище. Городище II.
14. Красное Селище. Селище I.
15. Малахай. Городище.
16. Малахай. Селище.
17. Носёлы. Селище I.
18. Паитусово. Городище.
19. Шартейка. Селище I.
20. Шартейка. Селище II.
21. Шунангер. Селище I.
22. Шунангер. Селище II.
23. Юльцы. Городище.
24. Юльцы. Могильник, VI-VII вв. н.э.
25. Акутисово. Селище, первая пол. II тыс. н.э.
26. Барковка. Городище, неопред.
27. Барковка. Селище, XIII-XV вв.
28. Важангер. Жертвенник I, вторая пол. XIII - XVI вв.



б) ○ - селища □ - городища ○ - могильники

29. Важангер. Жертвенник II (?).
30. Важангер. Селище, серед. II тыс. н.э.
31. Важангерское (Мало-Сундлярское) (Аламгер) городище, XIV-XV вв.
32. Калышево. Кладбище I, XIV-XVI вв.
33. Ключево. Селище, неопред.
34. Красное Селище. Селище II, XIII-XIV вв.
35. Красное Селище. Селище III, XIV в. н.э.
36. Красное Селище. Селище IV, XIV-XV вв.
37. Нижнее Шелабоки. М-к, неопред.
38. Нижнее Шелабоки. Селище I, XIII-XV вв.
39. Нижнее Шелабоки. Селище II, неопред.
40. Нижнее Шелабоки. Селище III, неопред.
41. Носёлы. Жертвенник, XIII-XV вв.?
42. Носёлы. Селище II, XIII-XIV вв.
43. Носёлы. Селище III, XII-XIV вв.

44. Пискузино. Жертвенник, XV в.?
45. Писаралы. Жертвенник, вторая пол. XIV - XV вв.
46. Рутка. Могильник, XII-XIII вв.
47. Сауткино. Жертвенник I, XIII - нач. XV вв.
48. Сауткино. Жертвенник II, неопред.
49. Сауткино. Селище, XIV-XV вв.
50. Саухино. Городище I, XII в.
51. Саухинское святилище, XIII - XIX вв.
52. Шунангер. Селище III, XII-XIII вв.
53. Юльцы. Жертвенник, XV - серед. XIX вв.
54. Юльцы. Селище, XIV-XV вв.
55. Ютага-Перивагши. Жертвенник, XIII - XV вв.
56. Яндутисово. Селище, неопред.

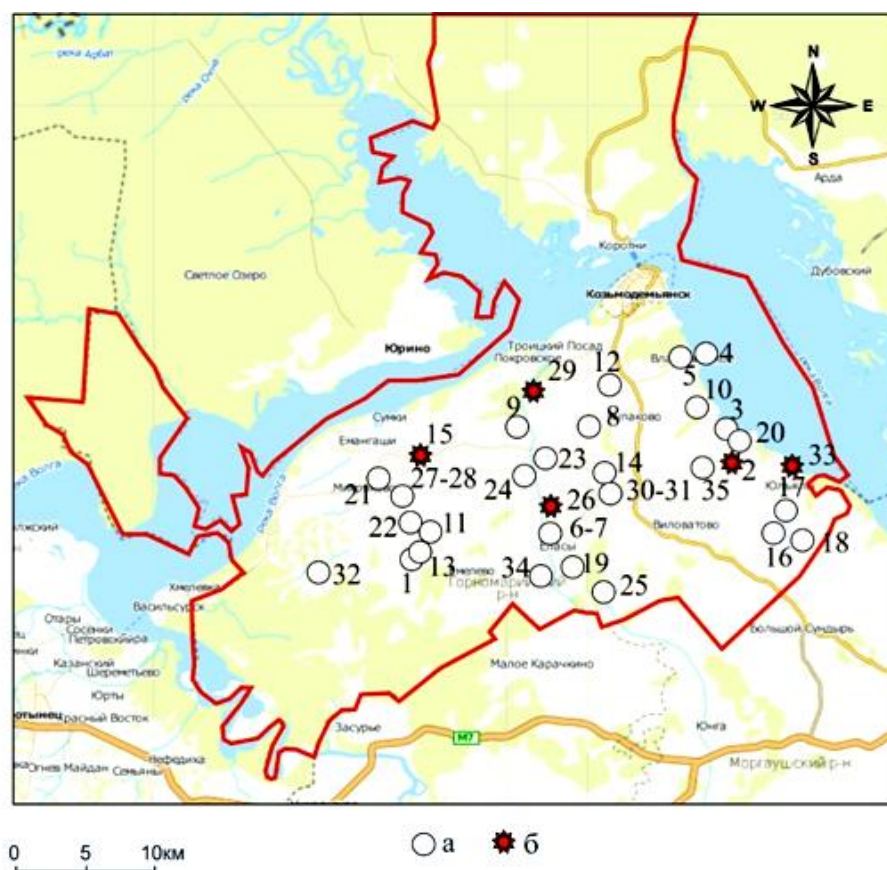


Рис. 6. Памятники эпохи нового времени:

а - кладбища; б - святилища

- 1.Березово. Кладбище. XVII-XVIII вв.
- 2.Важнангер. Жертвенник I. втор. пол. XIII – XVI вв.
- 3.Важнангер. Кладбище II. XVII-XVIII в.в.
- 4.Владимирское. Кладбище. XVI-XVII вв.
- 5.Волна. Кладбище. XV-XVI вв.
- 6.Еласы. Кладбище I. XVI – XVII вв.
- 7.Еласы. Кладбище II. XVII – XVIII вв.
- 8.Замятино. Кладбище. XVII – XVIII в.в.
- 9.Заовражные Пертнуры. Кладбище. XVI-XVII в.в.
- 10.Иванова гора. Кладбище. XVI-XVIII в.в.
- 11.Исюткино. Кладбище. XVII-XVIII вв.
- 12.Кадышево. Кладбище II. XVII вв.
- 13.Каранькино. Кладбище. XVII-XVIII вв.
- 14.Картуково. Кладбище. XVI-XVII вв.
- 15.Красная Горка. Жертвенник.
- 16.Кузнецово. Кладбище. XVII в
- 17.Кукшылыды. Кладбище I. XVII в.
- 18.Кукшылыды. Кладбище II. XVII в.

- 19.Лузино. Кладбище. XVI-XVII вв.
- 20.Малый Сундырь. XVI-XVII в.в.
- 21.Микряково. Кладбище. XVII-XVIII вв.
- 22.Пайгусово. Кладбище. XVII-XVIII вв.
- 23.Пальтикино. Кладбище II. XVII в.
- 24.Пальтикино. Кладбище. XVII-XVIII вв.
- 25.Паратмары. Кладбище. XVII в.
- 26.Пернянгаши. Кладбище. XVII-XVIII в.в.
- 27.Писералы. Жертвенник. втор. пол. XIV – XVII вв.
- 28.Салмандаево. Кладбище I. XVII-XVIII вв
- 29.Салмандаево. Кладбище II. XVII-XVIII вв.
- 30.Сиухино. Святилище. XIII – XIX вв.
- 31.Чермышево. Кладбище I. XVIII в.в.
- 32.Чермышево. Кладбище II. XVIII – XIX вв.,
- 33.Шешмары. Кладбище. XVII – XVIII вв.
- 34.Юльялы. Жертвенник. XV – сер. XIX вв.
- 35.Юнга-Кушерга. Кладбище. XVII – XVIII в.в.
- 36.Янгосово. Кладбище. XVI-XVII вв.

Список использованных источников

1. Архипов, Г. А. Атлас археологических памятников Республики Марий Эл. Вып. 2 / Г. А. Архипов, Т. Б. Никитина. – Йошкар-Ола, 1993. – 152 с.
2. Архипов, А. Г. Материалы к археологической карте Марийской АССР / А. Г. Архипов и А. Х. Халиков. – Йошкар-Ола: Маркнигоиздат, 1960. – 132 с.
3. Ефремова, Д. Ю. Культовый памятник на средневековом поселении Красное Селище II // Древность и средневековье Волго-Камья: Материалы Третьих Халиковских чтений / Д. Ю. Ефремова. – Казань, 2004. – С. 66-69.
4. Ефремова, Д. Ю. Итоги обследования памятников археологии в районе воздействия Чебоксарского водохранилища на территории Горномарийского района РМЭ [Текст] / Д. Ю. Ефремова, А. В. Акилбаев, В. В. Никитин. XIII Игнатьевские чтения. Материалы докладов и выступлений на Республиканской ежегодной научно-практической конференции, посвященной памяти доктора филологических наук, профессора Лидии Петровны Васиковой Козьмодемьянск, 1 апреля 2013 г. – Йошкар-Ола, 2014.
5. Иванов, А. Г. Расселение горных марийцев в XVIII веке // АЭМК. Вып. 6: Поселения и жилища Марийского края / А.Г. Иванов. – Йошкар-Ола: МарНИИ, – 1982. – С. 140 – 158.
6. Минеева, И. М. Сохранение, использование и государственная охрана археологического наследия Южного Урала во второй половине XIX – начале XXI вв.: Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора исторических наук. Специальность 07.00.02 – Отечественная история / И. М. Минеева. – Казань, 2011. – 60 с.
7. Михеева, А. И. Отчет о разведочных работах в Горномарийском районе Республики Марий Эл в 2002 г. // Архив НРФ НПЦ ОПИК. – 2003.
8. Никитин, В. В. Археологическая карта Республики Марий Эл / В. В. Никитин. – Йошкар-Ола, 2009. – 415 с.
9. Никитин, В. В. Атлас археологических памятников Марийской АССР. Вып. 1 / В. В. Никитин, Б. С. Соловьев. – Йошкар-Ола, 1990. – 244 с.
10. Никитин, В. В. Материалы к археологической карте Марийской АССР. Вып. 2 / В. В. Никитин, П. Н. Старостин. – Йошкар-Ола, 1978. – 103 с.
11. Никитин, В. В. Материалы к археологической карте Марийской АССР. Вып. 3 / В. В. Никитин, В. С. Патрушев. – Йошкар-Ола, 1982. – 111 с.
12. Никитина, Т. Б. Аламнер: миф и реальность. Важнангерское (Мало-Сундырское) городище и его округа / Никитина Т. Б., Михеева А. И. – Йошкар-Ола, 2006. – 193 с.
13. Севастьянова, Л. И. Роль рельефа и поверхностных отложений в хозяйственном освоении территории Марий Эл: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата географических наук. Специальность – 11.00.04 – Геоморфология и эволюционная география / Л. И. Севастьянова. – Казань, 2000. – 182 с.
14. Смирнов, А. П. Археологические памятники на территории Марийской АССР и их место в материальной культуре Поволжья / А. П. Смирнов. – Козьмодемьянск, 1949. – 136 с.
15. Тиваненко, А. В. Древние святилища Восточной Сибири в эпоху камня и бронзы / А. В. Тиваненко. – Новосибирск: Наука. Сибирское отделение, 1989. – 201 с.
16. Мартынов, А. И. Предмет археологии. Археологические памятники и источники [Электронный ресурс] / А. И. Мартынов. – Режим доступа: <http://arheologija.ru/predmet-arheologii-arheologicheskie-pamyatniki-i-istochniki>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения – 28.09.2015).

EXPERIENCE OF RESCUE EXCAVATIONS IN CITIES OF UDMURTIA

Makarov L.D.

Udmurt State University

Аннотация: Автор анализирует проблемы охранных исследований в городах Удмуртской Республики. Из 6 городов региона таковые производились в 4-х. Наиболее масштабные работы осуществились в Ижевске: Александро-Невский собор и кладбище, Михайловский комплекс, Троицкое кладбище, поселение Ижевский завод, ОАО «Ижмаш», кирпичный завод. В Сарапуле исследовались остатки поселения и чердаки, коллективные могилы на Оползино, православное кладбище. В Воткинске раскапывалось первое кладбище заводского населения и возникшие на его месте поселенческие комплексы. В Глазове в процессе земляных работ обнаружены православные захоронения.

Abstract: The author analyzes issues regarding rescue archaeological researches performed in cities of the Udmurt Republic. They were made in 4 cities out of 6. The most extensive excavations were fulfilled in Izhevsk: the Alexander Nevski Cathedral and a cemetery nearby, St. Michael's complex, Trinity cemetery, Izhevski zavod settlement, JSC "Izhmash", and a brickworks. Remains of an ancient settlement, roof spaces, group graves in Opolzino and an Orthodox cemetery were researched in Sarapul. The first cemetery of factory inhabitants and successive settlement complexes were excavated in Votkinsk. During earth works in Glazov there were found Orthodox graves.

Ключевые слова: города Удмуртии, охранные раскопки в Ижевске, Сарапуле, Воткинске, Глазове.

Key words: cities of Udmurtia, rescue excavations in Izhevsk, Sarapul, Votkinsk, Glazov.

На территории Удмуртской Республики 6 городов. Строго говоря, к категории малых относятся 5, и в трех из них предпринимались археологические раскопки. Столичный же Ижевск, еще будучи сельским поселением, почти сто лет назад (1916 г.) насчитывал 150 тыс. жителей и являлся по образному определению краеведов, «крупнейшим селом мира». Несмотря на столь внушительный масштаб, Ижевск оставался, по существу, тем же сельским поселением, своеобразным «деревней-заводом», с абсолютно преобладавшим заводским населением и господствующим деревенским укладом, имевшим земельные наделы и довольно многочисленную скотину. Поэтому большого отличия от других городов он не имел и был вполне соизмерим с ними, как объект исследования.

Проект зон охраны памятников г. Ижевска был разработан в 1987 г. Ленгипрогором и утвержден постановлением Совета Министров Удмуртской Республики от 16 марта 1992 г. Границы зон определялись в основном по присутствию памятников архитектуры, культурные же напластования в этот документ внесены не были. Все последующие попытки, в т. ч. и по линии ВООПИиК, определить границы охраняемого культурного слоя ни к чему не привели. Причины этого кроются, судя по всему, в высокой стоимости земли в исторической части города. Между тем, по закону об охране памятников истории и культуры, прежде чем производить в охраняемой части города какие-либо земляные работы, требуются археологическая экспертиза и выделение финансовых средств. Определенный опыт такого сотрудничества с государственными и муниципальными

⁵ Работа выполнена при финансовой поддержке со стороны Минобрнауки РФ на выполнение базовой части государственного задания (НИР №2174) в сфере научной деятельности в 2014-2016 гг.

органами, различными хозяйствующими организациями мы имеем, однако чаще всего навстречу нам идут с большим нежеланием, а нередко и под давлением общественности.

Тем не менее, начиная с 1980-х гг., археологам все же удалось провести отдельные охранные исследования на территории Ижевска.

1. Александро-Невский собор и кладбище (1816-1929)⁶.

В 1983 г. в траншее водопровода в собор (тогда кинотеатр «Колосс») обнаружены два склепа с гробовищем. Обследованы Т.И. Останиной и студентами-археологами УдГУ.

В 2001 г. в аналогичной ситуации были нарушены три ряда могильных кирпичных склепов, фрагменты которых исследовал Л.Д. Макаров.

2. Михайловский комплекс (1760-1937).

Включает в себя Троицкое кладбище, часовню и церковь, на месте которых выстроены Михайловская часовня, а затем Свято-Михайловский собор. Памятники изучались в 1996, 2001, 2003, 2004, 2006, 2007 гг. Л.Д. Макаровым, Т.А. Цыгвинцевой и И.Ю. Пастушенко. Выявлены фрагменты 58 православных захоронений, культурные напластования при Троицких часовне и церкви, Михайловской часовне, а также фундаменты Свято-Михайловского собора.

3. Троицкое кладбище – второй православный некрополь Ижевска (1810-1932/1939).

Исследовалось в 2007-2010 гг. на месте новой ледовой площадки и подводящих к ней коммуникациях И.Ю. Пастушенко и большой группой сотрудников КВАЭ и студентов ИФ УдГУ. Всего изучены остатки 739 погребений. В 2013 г. спасательные работы проведены на месте строительства 50-метрового бассейна, изучено 1383 захоронения.

4. Поселение Ижевский завод (с 1760 г.).

Рекогносцировочные и разведочные изыскания проводились в различных частях города в 1998-2006, 2012 гг. усилиями Л.Д. Макарова, Т.А. Цыгвинцевой, И.Ю. Пастушенко, С.Е. Перевошикова. Это траншеи по ул. В. Сивкова, Советская, Горького, К. Маркса, Красногеройская, Красная, Милиционная, Университетская, у перекрестка ул. Удмуртской и Пастухова, Советская и Красноармейская, между ул. Ленина – Либкнехта, Пушкинская – Удмуртская. При этом удалось выявить культурные напластования древнейшего Ижевска второй половины XVIII – начала XIX в., отложившиеся на глубине до 1,5-2 м от современной поверхности.

5. ОАО «Ижмаш» (1760 г. – XX в.).

Охранные раскопки проводились сотрудниками КВАЭ УдГУ Л.Д. Макаровым, И.Ю. Пастушенко, З.Ш. Нагиевым в 2007 г.: близ главного корпуса был заложен раскоп (48 кв.м) и 4 шурфа. На дне восточной половины раскопа глубиной до 2,5 м обнаружен сложенный из кирпича пристрой к корпусу кирпичной фабрики железодельного завода (1760 г.) с деревянными плахами на полу и значительным числом отходов металлургического производства. В западной половине раскопа расчищена кладка стены высотой в 12-13 слоев большемерного кирпича на известковом растворе и кирпичным полом на уровне 2,4 м – фрагмент корпуса оружейной кузницы (1809 г.), в верхней части которого обнаружено скопление свинцовой картечи (около 100 штук), более 10 медных монет 1812–1915 гг. и другие вещи. После уровня в 2,5 м раскопки стали невозможны из-за поступающей в котлован смеси воды и технического масла. Материк зафиксирован лишь в одном из шурфов на глубине 2,25 м. В ходе раскопок и на поверхности собрано более 650 предметов: детали вооружения от боевого, охотничьего и спортивного снаряжения, детали станков и механизмов, инструменты, отходы производства, фрагменты средств передвижения, строительные принадлежности, бытовые предметы.

6. Кирпичный завод (середина XX в.)

В 2006 г. автором осмотрены подземные коммуникации, вскрытые экскаватором для последующей закладки здесь торгового центра.

⁶ После названия объекта в скобках отмечено время существования до закрытия или разрушения.

В г. Сарапуле археологические изыскания с 1985 г. ведет Н.Л. Решетников (МИКСП). 6 июня 1995 г. по постановлению Главы самоуправления г. Сарапула культурный слой в исторической части поселения поставлен на учет и под охрану как исторический памятник.

1. Сарапульское поселение (с конца XVI в.). Случайные находки XVII–XIX вв. обнаружены при закладке фундамента здания окружного суда: 1909 г. – каменные ядра; 1913 г. – чугунная пушка; позднее – чугунные и медные пицали, алебарда, топоры, кресала. Археологический надзор за земляными работами вел Н.Л. Решетников: 1985 г. – траншея по ул. Труда, выявлен культурный слой мощностью до 5 м (ниже стрелки мыса бывшей крепости); 1997 г. – 3 зачистки в траншее по ул. Раскольников (2 разреза рва крепости XVII – первой половины XVIII в.); 2005 г. – траншея на ул. Труда (слой до 4-х м с остатками гончарства); разведка в центральном городском сквере (основание бревенчатой стены крепости конца XVII – XVIII в.). Раскопки в центральном сквере: 1997 г. – 52 кв.м (2 сооружения и 2 столбовых ямки); 2006 г. – ок. 10 кв.м (кладка бывшего Вознесенского собора); по ул. Труда: 2005 и 2007 гг. (каменная палатка купца Мартыанова середины XVIII в.). В процессе исследований собрана значительная коллекция находок: глиняная, фаянсовая, фарфоровая, стеклянная посуда, деревянные поделки, изразцы, кирпичи разного формата середины XVIII – начала XX в. (в т.ч. с более чем шестью десятками видов клейм владельцев заводов за весь XIX век), металлические изделия, в т.ч. монеты, клад стеклянной посуды конца XIX – начала XX в. и другие предметы XVII–XX вв. Ученым составлен каталог сооружений старого Сарапула, а в 1997–1999 гг. обследованы чердаки (ок. 100 домов) второй половины XIX – первой половины XX в. при этом обнаружен комплекс разнообразных источников (письма семьи купцов Ехлаковых за 1871–1917 гг., архивные бумаги других купцов и обывателей, торговые накладные и счета, газеты, открытки, табачные изделия, конфетные фантики, солдатский погон и другие, преимущественно бытовые, предметы).

2. Сарапульский II могильник. В 1909 г. на склоне Старцевой горы на Оползино обнаружено 2 коллективные могилы (православная и мусульманская, вырытые в XVII в.), предположительно – захоронения тел из «убогого дома» («Божий дом», «скудельница»), в котором складировались покойные, умершие в зимнее время. Антропологическое определение проводил М.М. Хомяков.

3. Сарапульский IV могильник. Многочисленные православные погребения другого кладбища при храмах конца XVI в. – 1772 г. были разрушены в XIX–XX вв. в ходе строительства между Вознесенской и Покровской церквями. В 1997 и 2006 гг. Н.Л. Решетников исследовал 2 погребения кладбища, совершенные по никонианским правилам.

В г. Воткинске первые работы проведены в 2007 г. (Л.Д. Макаров, С.Е. Перевощиков, Т.А. Цыгвинцева, Н.Ф. Широкова и др.). Исследовалось 2 объекта на месте строительства жилого дома по ул. Кирова между ул. Первомайской и пер. Марата (раскоп в 148 кв. м, зачистка стенок котлована длиной 110 м).

1. Воткинский православный могильник (1759–1808) – первое кладбище Воткинска. Исследовано 31 погребение с 33 останками покойных (2 могилы парные). Прослежено не менее 12 рядов могил, вытянутых с севера на юг. Из 17 определенных костяков (анализ антрополога из Санкт-Петербурга И.Г. Широкова) 14 – детские, 2 – женские, 1 – мужской. Преобладали никонианские захоронения, единичны старообрядческие домовины (гробовища без гвоздей и долбленные колоды) и пермские погребения (конструкция из луба, обернутая берестой).

2. Поселение Воткинский завод (с 1759 г., но на месте кладбища после 1808 г.). Всего выявлено 5 сооружений, 18 ям и 2 канавы на месте кладбища с находками XIX–XX вв. В их числе подполья, где выявлены многочисленные фрагменты глиняной, стеклянной, фарфорово-фаянсовой посуды, черепица, кирпичи, осколки оконного стекла, металлические изделия, в т. ч. медные: крест, монета 1854 г., немецкий жетон, кости

животных и рыб. Обнаружены также предпечная яма с кухонными остатками и выгребная яма. Остальные ямы и канавы были заполнены мусором.

В г. Глазове в 2008 г. при вскрытии траншей близ места расположения Преображенского собора, снесенного в начале 1960-х гг., обнаружены захоронения православного кладбища XVII–XVIII вв., исследованные А.Н. Кирилловым.

В двух городах – Можге и Камбарке археологические изыскания пока не проводились.

РАЗДЕЛ 9

ДЕТСКИЙ И МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

УДК 338.48-053.5(09)(045)

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ⁷

Саляева Э.Ф.

Удмуртский государственный университет

Баталова Л.В.

Удмуртский государственный университет

HISTORY OF DEVELOPMENT OF CHILDREN'S TOURISM IN RUSSIA

Salyayeva E. F.

Udmurt State University

Batalova L.V.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы зарождения и развития детского отечественного туризма. Выделены его основные исторические этапы: зарождение туризма и экскурсий в России (XIX век – 1917 год), развитие туризма в первые десятилетия Советской власти, становление детско-юношеского туризма в послевоенный период, социалистический период развития детского туризма (70-80-е гг. XX века), период перестройки. Дана характеристика исторических этапов развития детского туризма. Выявлено, что на рубеже XIX и XX веков туризм и экскурсии превращаются в один из методов образования. Обогащается тематика экскурсий, прослеживается связь со школьными предметами. Установлено, что первые десятилетия советской власти для туризма и экскурсий были годами накопления опыта, поиска организационных форм функционирования туристских сообществ и оптимальных методов управления процессами развития детско-юношеского туризма в стране. В социалистический период истории нашей страны детский туризм был хорошо организован, отличался массовостью охвата школьников и был подчинен патриотическому и идейному воспитанию. При этом путешествия по СССР носили и самостоятельный, и организованный характер. В период начала 1990-х годов, во время экономических реформ, государственная поддержка системы детского туризма была сведена до минимальных пределов.

Abstract: The article discusses questions of origin and development of children's domestic tourism. The main historical stages are highlighted: the origin of tourism and excursions in Russia (XIX century – 1917 year), the tourism development in the first decades of Soviet government, formation of tourism among children and teenagers in the postwar period, the socialist period in children's tourism development (70-80-ies of XX century), the period of perestroika. The characteristic of the historical stages of children's tourism development is considered. During XIX and XX centuries, tourism and excursions turn into one of the education methods. Excursions subjects became various and connected with school subjects. It was established that the first decades of Soviet government for tourism and excursions were the years of experience accumulation; it was also the years of choosing the best organizational type of tourism communities and the best methods of controlling the youth tourism development in the country. During socialist period of our country history, children's tourism was well organized, achieved mass enrollment of pupils and was subordinated to patriotic and ideological education. Travelling around Soviet Union was amateur and organized activity. In the beginning of 1990s, during the economic reforms period, state support for children's tourism system has been reduced to the minimum limits.

⁷ Статья подготовлена при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках базовой части Госзадания, код проекта 1968.

Ключевые слова: детский туризм, история туризма.

Keywords: children's tourism, tourism history.

Проблема развития детского туризма очень актуальна на сегодняшний день. Специалисты считают, что в перспективе детско-юношеский туризм может и должен стать одним из приоритетных направлений развития туризма в России. Экономические преимущества этого вида туризма очевидны: путешествуют школьники и студенты, как правило, организованными группами, поездки ритмично повторяются из года в год, что значительно облегчает планирование бизнеса.

Еще более важен детский туризм с точки зрения социальной. Туризм предоставляет уникальную возможность глубже узнать и наглядно ознакомиться с историческим и культурным наследием своей страны и других государств, пробудить у молодых людей чувство национального самосознания, воспитать уважение и терпимость к быту и обычаям других национальностей и народов.

Велика роль путешествий и в обеспечении многостороннего развития личности. Именно походы, поездки, экскурсии могут дать подрастающему поколению возможность для повышения своего интеллектуального уровня, развития наблюдательности, способности воспринимать красоту окружающего мира. Важен туризм и как средство снятия физической усталости, психологического напряжения и стрессов. Необходимо также отметить влияние детского туризма на развитие в подрастающем поколении коммуникативности, самодисциплины, адаптации к условиям современной жизни.

Кроме того, детский спортивно-оздоровительный туризм является одной из наиболее эффективных оздоровительных технологий, способствующих формированию здорового образа жизни человека и общества в целом, что имеет большое государственное значение в воспитании подрастающего поколения.

Поэтому можно с уверенностью сказать, что детский туризм – важный способ передачи новому поколению накопленного человечеством жизненного опыта и материально-культурного наследия, формирования ценностных ориентаций, нравственного оздоровления и культурного развития нации, один из путей социализации личности.

На настоящее время в индустрии детского туризма существует немало проблем, требующих решения. Но, тем не менее этот вид туризма является одним из самых устойчивых сегментов туррынка. При правильной политике государства, частных структур и инвесторов у этой сферы есть все предпосылки для дальнейшего роста и развития. Тем более что исторический опыт развития именно детского туризма в дореволюционной России и Советском Союзе является уникальным и достойным изучения и совершенствования.

Истоки развития детско-юношеского туризма относятся к концу XVIII века и связаны со становлением в России системы образования. С введением в программы учебных заведений курсов по естествознанию появляются первые образовательные прогулки на природу, о целесообразности которых высказывались передовые русские педагоги. Серьезное значение принципа наглядности и предметности в системе обучения находит отражение уже в «Уставе народных училищ» (1786г.) и в «Школьном Уставе» (1804 г.) с указаниями о проведении экскурсионных прогулок не только на природу, но и с посещением мануфактур, мастерских ремесленников [1].

С 60-х годов XIX века отдельные учителя-энтузиасты начинают организовывать дальние прогулки. В их основе лежали естественно-научные экскурсии. Позже начинают проводиться прогулки с новой целью – гуманитарной. По собственной инициативе учителя устраивали путешествия для обозрения исторических и других достопримечательностей. Расширялись и обогащались учебные поездки именно с

образовательными целями, в основу которых был положен экскурсионный метод познания.

В конце XIX века складываются два вида путешествий и экскурсий. Первый – ставивший цели по изучению географии, геологии, ботаники и других естественных наук, появляются также первые технические и производственные экскурсии. Другой вид – это дальние учебные путешествия для ознакомления с культурными и историческими достопримечательностями.

Следует отметить, что вместе с пешеходными путешествиями появляются путешествия и с использованием транспорта (железная дорога, пароходы).

В связи с ростом числа путешествий и экскурсий возникла необходимость в их координации. Это привело к созданию в 1896 году в Москве Центральной экскурсионной комиссии при Министерстве Просвещения (с филиалом в Петербурге), которая располагала музеем и библиотекой, где собиралась информация по туризму и экскурсионным вопросам [1].

Министерство Просвещения способствовало развитию школьных образовательных экскурсий благодаря изданию специальных нормативных документов. В частности, в 1889 году вышел циркуляр с указанием, что следует обратить особое внимание на прогулки. Школам было предписано, что «прогулками следует воспользоваться для географии, естественной истории и других учебных целей». В 1900 году следующий циркуляр отменял летние каникулярные работы и взамен рекомендовал образовательные прогулки и путешествия. Эти указания положили начало летней оздоровительной работе с учащимися.

В 1895 году создается Русский туринг-клуб – первая туристская организация в России. Возникший в 1890 году в Одессе Крымский горный клуб наряду с организацией экспедиций по изучению и охране местностей занимался разработкой познавательных маршрутов и устройством экскурсий для учащихся. В 1900 году в Петербурге было создано Русское горное общество, которое помимо проведения научно-исследовательской работы организовывало также учебные путешествия школьников по Кавказу, о чем свидетельствует журнал «Ежегодник Русского горного общества». Примерно в этот же период в недрах Кавказского Горного общества, организованного в 1899 году в Пятигорске, имевшего туристскую и научно-познавательную направленность, выделяется школьное движение [2].

На основании опыта работы Кавказского горного общества его председатель – Рудольф Рудольфович Лейцингер – пришел к выводу, что для того, чтобы туризм, экскурсии, исследования гор нашли сотни увлеченных последователей, нужно начинать с молодого поколения, с учащихся.

С 1899 года правление Русского туринг-клуба учреждает и начинает издавать журнал «Русский турист», на страницах которого велась специальная рубрика «О школьных путешествиях и образовательных экскурсиях». Эти публикации обобщали опыт по проведению в школах России экскурсий и организованных поездок для знакомства с крупными городами и с природой Кавказа, Крыма, Урала и Средней Азии.

Становление научной разработки проблем туризма и экскурсий связано с такими видными экскурсионистами и педагогами как Анциферов Н.П., Кайгородов Д.Н., Гревс И.М. Они внесли значительный вклад в вопросы методики и организации экскурсий, в обобщение опыта практической работы по применению экскурсионного метода познания, в рассмотрение вопросов детско-познавательного туризма. Теория и практика туристско-экскурсионного дела обсуждалась на педагогических совещаниях и освещалась на страницах журналов «Экскурсионный вестник», «Школьные экскурсии и школьный музей», «Русский экскурсант» [3].

В начале XX века путешествия и экскурсии для учащихся становятся одним из элементов обучения, применяемых педагогами коммерческих и реальных училищ, высших учебных заведений. Школа оказывается в центре развития экскурсионного

туризма. В этот период наибольшую активность в развитии детского туризма проявляет Р.Р. Лейцингер. Так, только в сезоне 1905 г. им были организованы восемь специальных ученических экскурсий по Кавказским горам, в которых приняло участие 246 учащихся из различных городов России [4].

Министерство Народного Просвещения также поддерживало предложения и начинания Р.Р. Лейцингера по развитию ученического туризма, принимались и вводились общероссийские программы, например, к моменту окончания гимназии все гимназисты должны были посетить три великих российских города: Киев, Санкт-Петербург и Москву – т.е. шло создание общенациональной, культурно-патриотической краеведческой программы. Молодой человек должен иметь возможность путешествовать, закалять себя, он должен увидеть свою великую родину для того, чтобы вырасти достойным гражданином – таков был лейтмотив этих программ.

Таким образом, на рубеже веков туризм и экскурсии превращаются в один из методов образования. Обогащается тематика экскурсий, прослеживается связь со школьными предметами. Путешествия уже различаются по продолжительности (местные одно-двухдневные и дальние продолжительные), выделяется летний период как фактор сезонности, расширяется география поездок – от северных регионов до Крыма и Кавказа и от Урала до стран Европы.

В первые десятилетия Советской власти многие дореволюционные идеи и замыслы получают теоретическое и организационное развитие. После революции 1917 года экскурсионный метод, как более образный, понятный и доступный, вводят в практику учебных занятий школ. Экскурсии приобретают политическую и агитационную направленность. По распоряжению Народного Комиссариата Просвещения РСФСР с целью развития туризма и краеведения в 1918 году в Москве было создано Центральное Бюро школьных экскурсий, которое в 1921 году преобразуется в Детскую экскурсионно-туристскую станцию Народного Образования (ДЭТС ОНО). Первые организационно-методические рекомендации Наркомпроса о развитии детского туризма появляются в 1919 году. Внимание уделяется экскурсионным поездкам и массовой работе с детьми летом. В целях оздоровительной работы со школьниками начинается организация летних лагерей на природе.

В 1920 году в школьные программы включается краеведение. Возрастает особый интерес к двум пролетарским столицам. Стремление детей увидеть Петроград и Москву было исключительно велико. Преодолевая разруху и голод, учителя с детьми ехали на экскурсии. Им выдавались продукты, обеспечивались места на экскурсионных базах. Школьники осматривали достопримечательности, посещали музеи, ездили на заводы.

В 1922 году в Крыму основывается первый крупный детский оздоровительный лагерь «Артек». А в 1929 году в стране учреждается печатное издание по туризму – журнал «Турист». В 1929-1930 годах ряд постановлений Правительства РСФСР способствовал дальнейшему развитию производственных экскурсий. Посещение фабрик, заводов, крупных строителей включается в школьные краеведческие программы как обязательное политехническое просвещение.

Начинается формирование органов управления детским туризмом. В 1932 году ДЭТС ОНО сливается с Центральным Бюро краеведения, и при ОПТиЭ создается детский сектор, который через сеть пионерских отрядов по всей стране вовлекает школьников в активную туристскую работу как «юных друзей туризма». Для совместной практической работы были привлечены общество «Друг детей» и детская комиссия при ВЦИК. Организуются курсы для подготовки руководителей детского туризма [5].

После принятия в 1927 году Постановления Наркомпроса «Об усилении экскурсионной работы среди детей и подростков», в туризме появляется новое направление работы. Большое значение отводится самостоятельному туризму, как основному и наиболее ценному виду воспитательной работы и детского краеведческого образования. Идет организация детских походов с применением навыков ориентирования

и элементов топографии, походного быта, умения оказать доврачебную помощь, воспитывается выносливость.

На этом этапе развития туризма в Советском Союзе в развитии детского туризма преобладали образовательные и воспитательные цели, была заложена основа для летних оздоровительных мероприятий, но приоритетными направлениями оставались отдельные местные самостоятельные походы и экскурсионные поездки. В середине 30-х годов шло быстрое расширение туристско-экскурсионной базы, и ЦИК СССР принимает решение о нецелесообразности дальнейшего развития туризма в рамках самостоятельных обществ. Была создана система организаций, координирующих и контролирующих туризм в СССР, в том числе детский.

В 1937 году ЦТЭУ признало нецелесообразной работу отдельных местных краеведческих организаций, и уже к середине 1938 года все детские станции краеведения местного уровня в стране были ликвидированы.

В это время Народный Комиссариат Просвещения рассматривал туризм как один из видов учебно-воспитательной работы. «Туризм и экскурсии, преследуя прежде всего общеобразовательные задачи, несут в самой своей организации элементы физической закалки и подготовки будущего бойца». Поэтому перед началом Великой Отечественной войны продолжали организовываться походы, полевые военно-спортивные игры.

Таким образом, первые десятилетия советской власти для туризма и экскурсий были годами накопления опыта, поиска организационных форм функционирования туристских сообществ и оптимальных методов управления процессами развития детско-юношеского туризма в стране.

Центральная туристско-экскурсионная станция на время войны прекратила свою деятельность. Дальнейшее развитие детский туризм получает только в послевоенные годы. В 1945 году руководством Советского Союза принимается решение о восстановлении деятельности туристско-экскурсионных управлений. С 1946 года ЦТЭУ приступает к строительству новых туристских объектов, созданию экскурсионных учреждений, организации путешествий. В 1955 году в Москве проходит конференция по детскому туризму, которая принимает решение о возрождении краеведческого движения и регулярном проведении экспедиций пионеров и школьников при содействии Центральной ДЭТС РСФСР и редакции газеты «Пионерская правда».

Одновременно с массовым патриотическим движением в стране продолжалась работа по организации летнего оздоровительного отдыха детей, строились новые пионерские лагеря и туристские базы.

В 60-е годы организационная структура туризма в СССР снова претерпевает изменения. В 1962 году Центральное туристско-экскурсионное управление (ЦТЭУ) преобразуется в Центральный Совет по туризму (ЦСТ), а в 1969 году окончательно реорганизуется в Центральный Совет по туризму и экскурсиям (ЦСТЭ) [6].

К концу 60-х годов в детском туризме выделились следующие основные направления работы: молодежные и детские лагеря отдыха, внутрисоюзные походы и краеведческие экспедиции. Именно в этот период расширяется география детского туризма. В 1969 году было принято постановление ЦК КПСС «О мерах по дальнейшему развитию туризма и экскурсий в стране».

В то же время, основной задачей детского туризма определялось патриотическое воспитание подрастающего поколения. Основой идеологии стали: воспитание патриотизма, знание своей Родины и дружба народов СССР.

По указанию Центрального Совета по туризму и экскурсиям (ЦСТЭ) в 1970 году происходит реорганизация структуры детского туризма. Разрозненные республиканские, краевые и областные детские станции объединяются в Центральную детскую экскурсионно-туристскую станцию (ЦДЭТС) Министерства Просвещения СССР, которая проводила ежегодно познавательные поездки более чем для 450 тысяч детей.

В эти годы пополняется материальная база для специализированного отдыха школьников. Строятся и благоустраиваются более 30 молодежных и пионерских лагерей, центров отдыха и курортов союзного значения в Крыму, на Кавказе, под Москвой.

Таким образом, в социалистический период истории нашей страны детский туризм был хорошо организован, отличался массовостью охвата школьников и был подчинен патриотическому и идейному воспитанию. При этом путешествия по СССР носили и самостоятельный, и организованный характер. Расширилась география поездок школьников от своего региона до крупных городов СССР, других республик и зарубежных стран. На детский туризм продолжали оказывать влияние «красные» даты календаря. Походы и экспедиции планировались централизованно, охватывая все школы и неся в себе конкретные задачи. Массовость достигалась спланированной системой вознаграждений по результатам. Кроме того, именно в 70-80-е годы в СССР была сформирована крупная и дешевая материальная база для развития детского туризма.

К сожалению, в период начала 1990-х годов, во время экономических реформ, советская система детского туризма руководителям того времени показалась неэффективной, и государственная поддержка учреждений и мероприятий этой системы была сведена до минимальных пределов. Однако даже основ новых экономических отношений в этой сфере создать так и не удалось. На современном этапе в индустрии детского туризма имеется достаточная для ее развития материально-техническая база. В качестве субъектов, развивающих детский туризм, появились и коммерческие фирмы, и общественные объединения.

Таким образом, возникает необходимость изучения и обобщения опыта развития детского туризма не только с точки зрения дополнительной образовательной деятельности, но и с позиций экономической эффективности этого направления. Новые экономические отношения, возникшие в настоящее время в нашей стране, обострили проблемы в детском туризме, требуют изменений в подходах и механизмах организации деятельности по развитию массового детского туризма.

Список использованных источников

1. Баталова Л.В. Туристско-экскурсионная деятельность во второй половине XIX – начале XX вв. (на примере Удмуртской Республики). Ижевск, 2011. – 288 с.
2. Детский туризм в России. Очерки истории: 1918 – 1998 гг. – М., 1998. – 176 с.
3. Усыскин Г.С. Очерк истории российского туризма. СПб, 2007. – 208 с.
4. Соколова М.В. История туризма. – М., 2012. – 352 с.
5. Багдасарян В.Э. История туризма. – М., 2016. – 164 с.
6. Кулик С.В. История туризма в СССР. – С-П., 2016. – 114 с.

РАЗВИТИЕ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКОЕ ДВИЖЕНИЯ «ОТЕЧЕСТВО»⁸

Саляева Э.Ф.

Удмуртский государственный университет

Баталова Л.В.

Удмуртский государственный университет

DEVELOPMENT OF CHILDREN'S TOURISM FOR EXAMPLE OF TOURIST-REGIONAL MOVEMENT "OTECHESTVO"

Salyayeva E. F.

Udmurt State University

Batalova L.V.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы развития детского туризма на примере туристско-краеведческого движения «Отечество». Выявлены цель, задачи и принципы туристско-краеведческого движения «Отечество», дана подробная характеристика программ. Туристско-краеведческое движение обучающихся Российской Федерации «Отечество» создавалось с целью совершенствования организации и содержания обучения и воспитания подрастающего поколения средствами туризма и краеведения. Определены организационно-методические центры осуществляющие туристско-краеведческую деятельность. Реализация тематических программ осуществляется с использованием всего многообразия форм и методов туристско-краеведческой деятельности: экскурсий, краеведческих наблюдений, экспедиций, одно-двухдневных, степенных и категорийных туристских походов, встреч с участниками и очевидцами изучаемых событий и явлений, записей воспоминаний, социологических исследований, работой в музеях, архивах, библиотеках, институтах, различных учреждениях и организациях.

Abstract: The article discusses issues of children's tourism development based on the example of tourist-regional movement "Otechestvo". The purpose, objectives, detailed program description and principles of the tourist-regional movement "Otechestvo" are identified. The aim of tourist-regional movement "Otechestvo" is to improve educational process of young generation through tourism and local history. Organizational and methodological centers of tourism-regional studies are defined. Thematic programs implementation is done using the whole variety of forms and methods of tourist and regional studies: guided tours, natural history observations, expeditions, one or two days, degreed and categorical tourist trips, meetings with participants and witnesses of the studied events and phenomena, memories records, sociological studies, work museums, archives, libraries, institutions, various institutions and organizations.

Ключевые слова: детский туризм, туристско-краеведческое движение «Отечество».

Key words: children's tourism, tourist and local history movement "Otechestvo".

Период с 1991 года в истории детского туризма, как и в истории всей страны, очень сложный. Ломаются привычные устои, идет пересмотр ценностей, пропадает чувство защищенности, что сказывается и на состоянии туристско-краеведческой работы. На повестку дня ставятся вопросы выживания в новой ситуации, сохранения традиций, системы, необходимой детям, родителям, народному образованию. Заинтересованность общества в сохранении системы туристско-краеведческой работы с детьми подтверждается тем, что в течение 90-х годов, когда распались мощнейшие структуры (самодетельный туризм, система Центрального совета по туризму и экскурсиям), в

⁸ Статья подготовлена при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках базовой части Госзадания, код проекта 1968.

России сеть станций юных туристов увеличилась более чем в два раза, и количество центров, станций юных туристов и детских туристских баз (самостоятельных) в 1996 году составило 547, причем этот рост состоялся за счет создания районных и городских учреждений [1]. Это стало возможно после того, как Министерство образования России 24 января 1990 года направило в адрес местных органов образования письмо об открытии межрайонных, районных и городских станций юных туристов [2].

В июле 1990 года Центральная станция юных туристов переименована в Центр детско-юношеского туризма Российской Федерации. Надо было перестраивать прежде всего экономические отношения. И не случайно Центр детско-юношеского туризма первым в системе всего образования в Российской Федерации перешел на новые условия хозяйствования, добился выделения на самостоятельный баланс [3].

В 1995 году Минобразование России объявило о проведении в течение двух лет смотра-конкурса на лучшую организацию туристско-краеведческой и экскурсионной работы в образовательных учреждениях Российской Федерации, утвердило положение о маршрутно-квалификационных комиссиях образовательных учреждений, типовые перечни снаряжения и оборудования полевого туристского лагеря, туристского снаряжения образовательного учреждения.

В конце 1980-х – начале 1990-х гг. наступило затишье в краеведческом движении, т.к. происходила его переориентация [4]. В 1992 году Центр детско-юношеского туризма и краеведения Министерства образования России совместно с Союзом краеведов России разработали программы нового Всероссийского туристско-краеведческого движения «Отечество», в котором использовались лучшие традиции школьного краеведения и все то, что было наработано на местах. До этого совсем недолго существовала программа «Судьбы России», сменившая в свою очередь Всесоюзную экспедицию пионеров и школьников «Моя Родина – СССР».

Туристско-краеведческое движение обучающихся Российской Федерации «Отечество» создавалось с целью совершенствования организации и содержания обучения и воспитания подрастающего поколения средствами туризма и краеведения; воспитания у школьников патриотизма, бережного отношения к природному и культурному наследию родного края; приобщения учащихся к краеведческой и поисково-исследовательской деятельности; сохранения исторической памяти; совершенствования нравственного и физического воспитания обучающихся. Организация туристско-краеведческого движения обучающихся Российской Федерации «Отечество» базировалось на двух принципиальных положениях: добровольности участия и использования средств туризма и краеведения в деятельности детских коллективов. Организационные и методические принципы туристско-краеведческой деятельности участников движения определялись его примерной программой. Программа намечала основные направления, тематику и ориентиры краеведческого поиска. Ведущая задача примерной программы – создание оптимальных возможностей для творческого развития детей, их гражданского становления, удовлетворения их запросов, формирования профессиональных интересов в процессе туристско-краеведческой деятельности.

Концепция движения и содержание многих тематических программ методически и организационно были связаны с Комплексной долговременной программой Союза краеведов России «Краеведение». Союз краеведов России и региональные краеведческие общества оказывали организационную и методическую помощь участникам движения, рассматривая их как полноправных участников реализации программы «Краеведение» [5].

Реализация тематических программ туристско-краеведческого движения «Отечество» осуществляется с использованием всего многообразия форм и методов туристско-краеведческой деятельности: организация походов, путешествий и экспедиций, направленных на реализацию конкретных программ; проведение наблюдений и исследований в природе и обществе; создание конкретных баз данных по выбранным темам; составление летописей, хроник, очерков об исторических событиях и природных

явлениях, по истории населенных пунктов или отдельных памятников; подготовка краеведческих карт, атласов, словарей, энциклопедий, путеводителей, Книг Памяти; формирование музейных коллекций, организация деятельности школьных музеев; участие в мероприятиях по реставрации, реконструкции и восстановлению природных и исторических памятников; выявление останков павших воинов и гражданского населения, безымянных захоронений, установление имен погибших, розыск их родственников, установление памятных знаков, надгробий, уход за ними; издание методической, учебной литературы, сборников – опыта работы, публикаций, исследований участников программы; проведение конференций, олимпиад, соревнований, смотров и конкурсов; пропаганда краеведческих знаний путем организации выставок, праздников, тематических дней и др.

Работу по одной или нескольким программам осуществляет любой коллектив или объединение: класс, кружок, отряд, группа, музей, клуб, научное общество, ассоциация и т.п. Могут быть использованы многообразные формы соорганизации работы с государственными учреждениями и общественными организациями. Во многих регионах России местными организациями и объединениями осуществляются собственные проекты и программы научного, экономического, историко-культурного, природоохранительного и иного характера. Одна из важнейших задач движения – привлечение его участников к реализации подобных программ. Участники движения «Отечество» могут работать: по федеральным программам; по региональным и местным программам, в том числе и совместным (межшкольным, с местными государственными, научными учреждениями и общественными организациями); по тематическим, целевым и иным программам, разработанным в регионах и на местах. Подобный подход позволяет полнее использовать научные, методические, финансовые и другие возможности учреждений и организаций, инициирующих эти программы.

В рамках движения «Отечество» проводятся общероссийские массовые мероприятия с участием лауреатов и победителей аналогичных региональных мероприятий: туристско-краеведческие слеты участников движения; тематические конференции, слеты и соревнования по тематическим программам; краеведческие олимпиады учащихся; педагогические краеведческие чтения.

Программы туристско-краеведческого движения «Отечество» включали в себя 19 направлений: «Родословие», «Летопись родного края», «Земляки», «Исчезнувшие памятники России», «Исторический некрополь России», «Археология», «Природное наследие», «Экология», «Юные геологи», «Культурное наследие», «Литературное краеведение», «Этнография», «Военная история России», «Великая Отечественная война», «Дети и война», «Поиск», «История детского движения», «К туристскому мастерству», «Школьные музеи» [6].

Для того чтобы иметь наиболее полное представление о содержании программ туристско-краеведческого движения «Отечество» рассмотрим более конкретно некоторые из них. Так, задачей программы «Природное наследие» является изучение и охрана природного наследия. Под природным наследием понимается вся совокупность природы родного края – растительный и животный мир, полезные ископаемые, реки и т.п., как сохранившиеся в естественном виде, так и измененные в процессе деятельности человека, со всеми экономическими, экологическими, социально-культурными проблемами. Природное наследие часто взаимосвязано с культурным наследием. Поэтому почти всегда изучение памятников природы вызывает необходимость изучения явлений культуры, связанных с исследуемым памятником. Полноценное изучение памятника истории и культуры невозможно без изучения истории и состояния окружающей среды. Нередко, чтобы понять причины изменений в природе, необходимо выяснить, какие исторические процессы и явления способствуют этому. Природа каждого края по-своему неповторима. Ее особенности, как правило, определяют формирование традиций землепользования, развития промыслов и промышленности, строительства, организацию быта и др. Юные

краеведы имеют возможность широкого выбора направлений, тематики, форм и методов исследований в области географии, биологии, геологии, экологии, сельского хозяйства и промышленности, народных промыслов и народной медицины, климатологии и гидрологии, топонимики и топографии и т.д. Важно также, чтобы результаты исследований имели конкретное общественно-полезное значение, могли быть использованы в промышленности, сельском хозяйстве, культурной жизни родного края. Это могут быть собранные в процессе полевых исследований коллекции полезных ископаемых, палеонтологические коллекции и т.п.

Программа «Экология» ставит перед собой задачу воспитания экологической культуры, чувства ответственности за состояние окружающей среды и стремления к конкретной деятельности по ее охране и воспроизведению. В ходе работы в рамках данной программы юные краеведы-экологи изучают биологию и ареалы распространения различных животных и растений, их изменение; проводят исследовательскую работу в области экологии по заданиям научных учреждений, местных администраций; выявляют различные экологические нарушения, участвуют в их ликвидации. Юные исследователи создают и описывают экологические тропы и экологические маршруты, проводят работы по благоустройству мест массовых посещений, туристских биваков, родников; организуют экскурсии; выявляют положительные и отрицательные факты воздействия человека на природу в ходе изучения литературных, архивных и иных источников, путем изучения народных традиций взаимоотношения человека и природы; создают постоянно действующие экологические посты; составляют экологические карты и картосхемы на отдельные регионы, районы города, поселки, села, деревни и другие объекты с целью отражения конкретного экологического состояния и результатов экологического мониторинга. В круге интересов всех экологов – проблемы выживания и жизнедеятельности человека в современных условиях, использование различных систем естественного оздоровления, пропаганда здорового образа жизни, выявление экологически благоприятных и опасных мест для человека.

Изучение истории и природы родного края с древнейших времен до сегодняшнего дня, составление летописи наших дней – задачи программы «Летопись родного края». Содержанием работы является выявление особенностей природы, истории, культуры, экономики родного края, определение их взаимосвязей с более глобальными историческими и естественными процессами. В рамках этой тематики могут вестись исследования разного масштаба – изучение отдельных, наиболее ярких или малоизвестных исторических событий, природных явлений или воссоздание общей истории края. В процессе этих исследований используются приемы и методы широкого круга научных дисциплин. Особым направлением в реализации программы могут стать систематическая работа по фиксированию событий современности. Фото-кинофиксация и описание событий, интервьюирование их участников и очевидцев, собирание малотиражных изданий и иных публикаций, относящихся к природе и истории края, формирование банков краеведческих данных, ведение специальных летописей и хроник, пополнение фондов школьных музеев, архивов, библиотек краеведческими материалами – все это является важным средством документирования истории родного края.

В рамках программы «Культурное наследие» учащиеся изучают культурное наследие и творчество жителей родного края, фиксируют события культурной жизни родного края. Термин «культурное наследие» понимается достаточно широко, сюда включаются литературное, художественное и музыкальное творчество, фольклор, традиции, игры, архитектура, образование и медицина, библиотечное дело, книгоиздательство и средства массовой информации, театр, кино, художественная самодеятельность, физкультура и спорт, деятельность общественных и религиозных организаций, творческих групп, кружков, клубов, обществ и т.п. В рамках этой программы ее участники изучают культуру родного края как в широком диапазоне ее истории и современного состояния, так и сравнительно узкой направленности

(литературное, художественное, музыкальное, театральное, конфессиональное краеведение), вплоть до мемориальных (жизнь и творчество конкретных деятелей культуры) или монографических (события, явления, факты местной культуры) сюжетов. Очень важно было, если при изучении того или иного явления культуры юные краеведы овладевали его элементами, смогли исполнять произведения фольклора, выявленные литературные, музыкальные и иные произведения, изготавливать предметы декоративно-прикладного искусства, проводить творческие вечера, публиковать очерки, готовить тематические краеведческие словари, летописи и т.п.

Программа «Этнография» помогает учащимся изучить материальную и духовную культуру народов, их семейный и общественный быт, хозяйственные занятия и этнические процессы. Материальная культура включает в себя жилище со всеми хозяйственными постройками, одежду с комплексом украшений, пищу, утварь, орудия труда и средства передвижения. Духовная культура – это обычаи, обряды и праздники, религиозные и мифологические представления, поверья и приметы, народный календарь и традиционные знания (народная медицина), художественная культура (народная музыка и хореография, традиционное изобразительное и устное поэтическое творчество), а также игры (в том числе детские и спортивные). Основным методом этнографического изучения культуры и быта народов являлось наблюдение. Этнографы выезжали в экспедиции и собирали полевые материалы – записи наблюдений и бесед с населением, рисунки, чертежи и фотографии, фиксирующие предметы материальной культуры (фотографии свадебных церемоний, похоронного обряда, народных игр и т.д.). Собираются также предметы материальной культуры. Все найденные материалы фиксируются в полевых документах. Этнографы также изучают коллекции государственных и иных музеев, литературные источники о культуре и быте изучаемого ими народа, т.е. исследовали все те этнографические материалы, которые были собраны их предшественниками. Обращались этнографы и к материалам, собранным исследователями в смежных областях – фольклористике, истории, археологии, литературоведении, искусствоведении, географии и демографии.

Задачей программы «К туристскому мастерству» является развитие массовых видов туризма: пешеходного, лыжного, водного, горного, велосипедного; совершенствование мастерства юных туристов, привлечение к активным занятиям туризмом учащихся всех возрастов. Содержание программы предусматривает постепенный рост туристского мастерства школьников. Юные туристы совершают учебные и тренировочные походы по родному краю, приобретают необходимые навыки, выполняют нормативы на значки «Юный турист России» и «Турист России». В начальный период обучения учащиеся приобщаются к коллективному труду, приобретают умение самостоятельно решать вопросы самообслуживания, оказания доврачебной помощи, организации туристского быта. В дальнейшем деятельность направлена на повышение уровня туристского мастерства, выполнение разрядов по спортивным походам и туристскому многоборью и т.д.

Организационно-методическим центром туристско-краеведческого движения обучающихся «Отечество» является Центр детско-юношеского туризма Министерства общего и профессионального образования Российской Федерации. Центр осуществляет туристско-краеведческую деятельность через туристско-краеведческое движение обучающихся Российской Федерации «Отечество». На местах эти функции выполняют центры детско-юношеского туризма и краеведения, станции юных туристов, дома и дворцы детского творчества по определению органов управления образованием.

Список использованных источников

1. Государственный архив Российской Федерации. Ф.Р-9520.Оп.7.Д.542.Л.35.
2. Государственный архив Российской Федерации. Ф.Р-9520.Оп.7.Д.431.Л.11.

3. Баталова Л.В., Васильева Л.В. Туризм в Удмуртии: история и современность. – Ижевск, 2012. – 444 с.
4. Детский туризм в России. Очерки истории: 1918 – 1998 гг. / автор-составитель Ю.С.Константинов. – М., 1998. – 176 с.
5. www.turizm18.ru – официальный сайт «Союза туристов Удмуртии».
6. turcentrf.ru – официальный сайт федерального центра детско-юношеского туризма и краеведения.

УДК 379.852:37.035-053.6(045)

**ВОЗМОЖНОСТИ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ
ПОСРЕДСТВОМ УЧАСТИЯ В ТУРИСТСКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ И ПОХОДАХ
(НА ПРИМЕРЕ ВСЕСОЮЗНОГО ПОХОДА ПО МЕСТАМ БОЕВОЙ СЛАВЫ
СОВЕТСКОГО НАРОДА)**

*Пономарева А.Е.
Удмуртский государственный университет*

**POSSIBILITIES OF PATRIOTIC EDUCATION OF YOUTH THROUGH
PARTICIPATION IN TOURIST ACTIVITIES AND CAMPAIGNS (FOR EXAMPLE
ALL-UNION CAMPAIGN THROUGH PLACES OF MILITARY GLORY
OF THE SOVIET PEOPLE)**

*Ponomareva A.E.
Udmurt State University*

Аннотация: Статья посвящена возможности патриотического воспитания молодежи посредством участия в туристических мероприятиях и походах. Туризм – одна из крупнейших сфер мировой экономики, которая динамично развивается и в своем развитии ориентируется на потребителя. Молодежный туризм приобретает большую популярность и актуальность и может рассматриваться как один из ресурсов формирования патриотических установок в молодежной среде посредством приобщения к историческому, культурному достоянию своей страны, прежде всего, за счет развития внутреннего туризма. К тому же, в связи с политическими, экономическими, социальными трансформациями в стране необходимым является воспитание гражданственности и формирование патриотизма современной молодежи. Чувство патриотизма не зарождается одномоментно, оно формируется за счет масштабной работы различных общественных институтов, с помощью которых молодежь усваивает и познает исторический опыт по защите завоеваний в годы Великой Отечественной войны.

Именно в советское время получило свое колоссальное развитие работа по воспитанию молодежи в духе идейной убежденности посредством участия во Всесоюзном походе по местам боевой и трудовой славы.

Abstract: The article is devoted to the possibility of patriotic education of youth through participation in tourism events and campaigns. Tourism – one of the largest areas of the world economy, which is developing dynamically and in its development is focused on the consumer. Youth tourism gains more popularity and relevance, and can be considered as one of the resources of the formation patriotic plants among youth through initiation to the historical and cultural heritage of the country, primarily due to the development of domestic tourism. In addition, in connection with the political, economic and social transformations in the country is necessary civic education and the formation of patriotism of today's youth. The feeling of patriotism is not born once, it is formed by a large-scale operation of the various public institutions through which the youth acquires and learns the historical experience for the protection of the gains during the Great Patriotic War.

It was during the Soviet era got its tremendous development work on the education of youth in the spirit of ideological conviction by participating in the All-Union campaign to places of military and labor glory.

Ключевые слова: Всесоюзный поход молодежи, туризм, молодежный туризм, внутренний туризм, краеведение, история туризма, туристско-экскурсионная деятельность, спортивный туризм, исторические источники, предпочтение молодежи, исторический опыт.

Key words: All-Union campaign of youth, tourism, youth tourism, domestic tourism, local history, the history of tourism, tourist-excursion activity, sports tourism, historical sources, young people prefer, historical experience.

Феномен туризма настолько многогранен, что его всесторонний анализ приводит к появлению все новых и новых междисциплинарных исследований, где на помощь теоретикам и практикам туристской деятельности приходят историки, географы, экономисты, социологи, культурологи, психологи, представители других научных дисциплин. В частности, перспективным, но недостаточно разработанным, является вопрос о взаимосвязи туризма и исторической памяти в конкретном социуме.

В современных условиях внимания заслуживают туристские проекции исторической памяти о событиях 1941-1945 гг., тем более что сегодня в сознании большинства жителей постсоветского пространства идеологема Великой Отечественной войны является актуальной и легитимной.

В первые послевоенные годы память о трагических событиях 1941-1945 гг. естественным образом присутствовала в повседневном сознании людей военного поколения. Она ещё не приобрела того героического пафоса и монументального размаха, который был характерен для последующих десятилетий. Однако с 1960-х гг., когда поколение непосредственных участников и свидетелей войны начало сменяться следующим поколением, органы государственной власти СССР начинают прилагать особые усилия для того, чтобы в сознании советских граждан Великая Отечественная война продолжала оставаться центральным историческим событием, мобилизационным фактором исторической памяти [10].

Именно в 1960-1980-е гг. на территории страны появляются десятки крупных мемориальных комплексов, среди которых выделялись «места памяти» в Волгограде (1967), Бресте (1971) и Киеве (1981). В этот же период на территории Советского Союза приобретает подлинно массовый характер и весьма динамично развивается внутренний туризм. Если за 1969 г. в стране было обслужено 7,2 млн. туристов, то в 1985 г. – уже 38,0 млн. туристов. Число обслуженных экскурсантов возросло с 28,5 млн. человек (1969 г.) до 204,0 млн. человек (1985 г.) [6, с.63]. Сочетание этих двух факторов предопределило особое значение памяти о Великой Отечественной войне в советских туристских практиках. Именно в период с 1965 по 1985 гг. был окончательно определен круг городов, получивших почетное звание «городов-героев». Практически все они играли заметную роль и в развитии советского туризма, через них проходило значительное количество туристских маршрутов всесоюзного и местного уровня, их посещали миллионы участников железнодорожных, автобусных, авиационных, речных и морских путешествий.

Настоящая статья посвящена анализу возможностей патриотического воспитания молодежи через участие в туристских мероприятиях и походах. В данной сфере одно из ведущих мест занимает молодежное туристско-краеведческое движение. Оно, как комплексная форма включения молодежи в изучение героико-патриотического прошлого регионов, становится основой патриотического воспитания всего населения страны.

Постановления ЦК КПСС и Совета Министров 60-х годов XX века подчеркивали задачу развивать творческую инициативу и активность комсомольских организаций по воспитанию у молодежи ответственного и сознательного отношения к учению и труду. Передавать, внедрять через молодежь и комсомол коммунистические идеи, революционные, трудовые и боевые традиции советского народа, неукоснительно соблюдать нравственные нормы, дисциплину и порядок. Вовлекать молодежь в занятия

спортом, туризмом художественным и техническим творчеством. В формировании социальной активности молодежи особое место принадлежит туризму. В нем синтезируются различные виды деятельности молодежи, организаторские способности, углубляется героико-патриотическое воспитание подрастающего поколения на революционных, боевых и трудовых традициях советского народа. Туризм обеспечивает взаимовлияние и взаимообогащение многих видов деятельности молодежи, содействует возрастанию социальной активности, духовному и физическому развитию личности, ориентацию на общественную деятельность [3].

Источниковая база статьи представлена рядом опубликованных работ. Так, работа Голубь С.А. «Походы – школа мужества и патриотизма» затрагивает вопросы, касающиеся патриотизма в кругу молодежи. Автором подчеркивается важность участия молодежи в выездных походах по местам революционной, боевой и трудовой славы советского народа, так как она закаляется идейно, нравственно и физически [4].

Исследования ученых Колесникова Н.А., Кудрявцева В.Н. «Туристские слеты и соревнования» затрагивают область организации и проведения важнейших массовых мероприятий самодеятельного туризма, слетов. Даны рекомендации по программе слета, организации различных конкурсов и соревнований на туристской полосе препятствий [5]. В работе Абукова А.Х. «Туризм сегодня и завтра» рассмотрены важнейшие этапы в становлении советского туризма, о проблемах, связанных с данной индустрией, развитием новой отрасли обслуживания населения [1].

Книга Сониной Р.М. «Дорогой отцов и героев» посвящена 50-летию Великой победы и рассказывается о работе следопытов по сбору памятных материалов о поколении победителей [8].

В системе воспитания туристская деятельность взаимосвязывает умственное, нравственное, трудовое, эстетическое и физическое воспитание, прививает любовь к знаниям, способствует приобретению навыков самостоятельной исследовательской работы, формированию материалистического мировоззрения, социальной и профессиональной ориентации, духовному и физическому развитию.

В истории отечественного туризма следует считать отдельной и значимой страницей Всесоюзный туристский поход молодежи по местам боевой славы. Так как для большинства участников это была наиболее интересная, массовая форма участия в туристских маршрутах, в том числе и категорийных, в данных походах участвовали сотни тысяч туристов, и, главным образом, молодежь. Поход искренне привлекал участников романтикой приобщения к героическим страницам истории. Почти каждый поход был связан с поисковой, следопытской деятельностью. В этом был его смысл.

Ленинский комсомол проводил, начиная с 1965 г., Всесоюзный поход по местам революционной, боевой и трудовой славы советского народа – это массовое патриотическое движение, направленное на воспитание у юношей и девушек идейной убежденности, преданности Коммунистической партии Советского Союза, повышения их общественной и трудовой активности, готовности к защите Родины и завоеваний социализма.

Первый Всесоюзный слет участников похода, комсомольцев и молодежи по местам революционной, боевой и трудовой славы советского народа открылся 19 сентября 1965 г. в крепости-герое Брест. На слет собрались юноши и девушки, многие из которых не слышали выстрелов войны. У священных руин Брестской цитадели из уст ее защитников они узнали об обороне крепости и сердцем прикоснулись к подвигам народа.

Около трех миллионов человек приняли участие во Всесоюзном походе. Молодые патриоты сооружали памятники павшим героям, приводили в порядок места захоронений, устанавливали имена тех, кто захоронен в братских могилах, воссоздавали летопись боевых дел воинских соединений, биографии героев войны, помогали в поиске пропавших без вести.

Туристские отряды доставили на слет богатый материал о ратных подвигах советского народа. Школьники Липецка на заработанные деньги установили памятник на братской могиле советских солдат. Комсомольцы Челябинска совершили 1700-километровую экспедицию по боевому пути Челябинской танковой бригады [4, с.54].

Второй Всесоюзный слет участников похода по местам боевой славы советского народа проходил в 1966 г. Его финал состоялся в городе Москве. В дальнейшем стало традицией посвящать Всесоюзные походы по местам боевой и трудовой славы советского народа историческим событиям, большим юбилейным датам. В 1967 г. Всесоюзный слет был посвящен 50-летию Великого Октября. Торжественный финал этого похода проходил в Ленинграде.

Финал 4 этапа Всесоюзного похода комсомольцев и молодежи дорогой отцов состоялся в Киеве в 1968 г. Этот этап был посвящен 50-летию комсомола.

5 этап Всесоюзного похода (1969-1970 гг.) проходил в честь 100-летия со дня рождения В. И. Ленина) Его финал состоялся в Ульяновске. 50-летие образования СССР ознаменовал 6 этап Всесоюзного похода комсомольцев и молодежи; финал его проводился в Москве в 1973 году [9]. Всего история насчитывает 10 этапов Всесоюзного похода по местам революционной, боевой и трудовой славы советского народа, каждый из которых посвящен важным датам истории нашей страны, крупнейшим политическим событиям.

Только за три года, при активном участии комсомольцев и молодежи, пионеров и школьников было создано более шестидесяти тысяч музеев и уголков революционной, боевой и трудовой славы советского народа не только всероссийского, но и местного значения. Можно привести в пример такие коллекции «памяти», существующие в Удмуртии – как музей Ф.А. Пушиной, музей боевой славы 174-го отдельного артиллерийского дивизиона имени Комсомола Удмуртии; музей Героев в школе №73, ставший достопримечательностью не только нашего города, но и республики и носит звание народного музея РСФСР. Также установлено около семнадцати тысяч памятников, обелисков и других мемориальных знаков; благодаря настойчивым поискам красных следопытов восстановлены имена сорока четырех тысяч погибших воинов, данные цифры ярко иллюстрируют размах этого патриотического движения [8, с. 156].

Генеральный секретарь Центрального Комитета КПСС Л. И. Брежнев, отмечая огромное воспитательное значение этого патриотического движения советской молодежи, говорил: «Очень хорошо, что советская молодежь наших дней по инициативе комсомола создала такие новые традиции, как походы по местам революционной, боевой и трудовой славы... Мы, люди старшего возраста, имеем возможность по собственному опыту сравнить прошлое и настоящее. Молодежь лишена такой возможности. О контрастах между прошлым и настоящим она знает только из книг и кинокартин, с трудом представляет себе ту нищету и бедность, свидетелями которых были мы. Поэтому важно воспитывать нашу молодежь так, чтобы она глубоко поняла и прочувствовала все, что довелось видеть и пережить нам, старшим, – тяжкую жизнь трудящихся при царизме, нелегкие, но полные энтузиазма годы первых пятилеток, бедствия и беззаветный героизм военных лет. Обо всем этом молодежь должна знать от ветеранов, от героев труда и героев войны» [3, с.105].

Давайте представим на минуту, что вот уже минуло 15 лет и людей, свидетелей войны уже нет. Сможем ли современная молодежь сохранить героические страницы нашей истории, не позабыв о подвигах наших дедов и следовать всем традициям? И здесь скорее нужно говорить не о том, что будет, когда ветеранов не останется, а о том, как воспитать в молодом поколении то трепетное отношение к истории, какое сохранилось у людей старшего возраста.

Ветераны знают историю такой, какая она была, потому что были участниками тех событий, а все остальные изучают историю по написанным материалам, которые не всегда достоверны. Нужно сделать так, чтобы современная молодежь была

заинтересована в сохранности истории, поддерживала культуру, охотно проводила мероприятия, акции, содержала памятники в чистоте, ставила почетные караулы. Всесоюзный поход по местам боевой славы народа – это то туристское мероприятие, способствующее не только воспитанию патриотизма в душах молодежи, но и воссозданию новых страниц истории.

Из сказанного выше следует то, что характерной особенностью Всесоюзного похода являлась заинтересованность комсомольцев и молодежи в изучении истории нашего государства. В летние периоды комсомольские организации проводили тысячи экспедиций и туристических походов по Удмуртии и всей стране. Как правило, туристические маршруты пролегали по историческим и памятным местам. Цель у них была одна – изучить героический путь Родины.

Из многочисленных походов стоит назвать несколько: по плану республиканского штаба «Боевой славы» группа студентов в количестве 22 человек и школьников школы № 14 г. Ижевска в июле отправились по местам боевой славы артдивизиона имени Комсомола Удмуртии по маршруту Ижевск – Воронеж – Львов – Брест – Ижевск. Более 300 км следопыты прошли пешком по местам боев за Дон, Украину, Воронеж. Этот поход был интересен и тем, что его возглавлял бывший командир орудия артдивизиона Б.А. Роголев [2, с. 94]. Закончив Индустриальный техникум ушел добровольцем со второго курса в 174 отдельный противотанковый Артдивизион им. Комсомола Удмуртии 11 августа 1942 года. Воевал на Дону и на Украине, наводчик, потом в Польше с частями 744 стрелкового полка 149 стрелковой дивизии. В 1945-1947 гг. – был курсант Харьковского танкового училища им. Сталина в г. Чиргик (Средняя Азия). Училище не закончил, был демобилизован по желанию, приехал в Ижевск.

Комсомольцы Сарапула, пединститута и завода «Нефтемаш» участвовали в шлюпочном многодневном походе по местам боев Волжско-Камской флотилии. А комсомольцы машиностроительного завода совершили велопробег по маршруту Ижевск – Казань – Москва – Ленинград [2, с. 94].

Исходя из современных реалий, нам необходимо не только перенять опыт советской молодежи в организации туристских походов, но и трансформировать его под условия нашей жизни. Сегодня все труднее вовлечь молодежь к участию в подобных мероприятиях, поскольку она больше направлена на потребление (готовая информация, продукты), нежели на созидание. Нужно не просто проводить походы, изучая и восстанавливая памятники, имена забытых героев, но и посмотреть на это с точки зрения иной ретроспективы, чтобы молодежь проявляла интерес к историческому прошлому.

Список использованных источников

1. Абуков А.Х. Туризм сегодня и завтра. Туристско – экскурсионная работа профсоюзов. – М.: Профиздат, 1978. – 272 с.
2. Баталова Л.В., Мерзлякова Г.В. История туристско- экскурсионного дела в России (на примере Удмуртской Республики). Ижевск: Издательский дом «Удмуртский университет», 2005. – 125 с.
3. Брежнев Л. И. В едином строю – к новым победам. – Брежнев Л. И. О коммунистическом воспитании трудящихся. Речи и статьи. М., 1974. – 503 с.
4. Голубь С. А. Походы – школа мужества и патриотизма. Минск, «Высшая школа», 1974. – 78 с.
5. Колесникова Н.А., Кудрявцева В.Н. «Туристские слеты и соревнования» – М.: Профиздат, 1974. – 71 с.
6. Квартальнов В.А., Федорченко В.К. Туризм социальный: история и современность. – К.: Высшая школа, 1989. – М.: Наука, 1993. – 342 с.
7. Новоспаский В.В. Туризм в СССР. – М., Профиздат, 1983. – 230 с.

8. Сони́на Р.М. Дорогой отцов-героев. – Ижевск: Изд-во Удмуртского университета, 1995. – 208 с.
9. http://nkosterev.narod.ru/met/ysuskin/ysus_13.html – Усы́скин Г. Очерки истории российского туризма.
10. <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/ko16.html>.

УДК 379.851-057.164(045)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОЛОНТЕРСКОГО ДВИЖЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Пудова П.Л.

Удмуртский государственный университет

PROSPECTS DEVELOPMENT OF VOLUNTEERISM IN TOURISM

Pudova P.L.

Udmurt State University

Аннотация: Статья посвящена изучению проблемы современного состояния и перспектив развития туристического волонтерства. В исследовании раскрыто понятие «волонтерство», «туристическое волонтерство», дана краткая историческая справка по развитию волонтерства. В публикации охарактеризовано современное состояние и перспективы развития туристического волонтерства в России, рассмотрена деятельность волонтерских туристских центров, их программы и проекты в сфере туризма. В заключение составлены рекомендации по развитию и поддержке туристского волонтерства на территории Российской Федерации.

Abstract: Article is devoted to studying of a problem of the current state and the prospects of development of tourist volunteering. In a research such concepts as reveal «volunteering» and «tourist volunteering». The short historical reference of development of volunteering is given. In the publication current state and prospects of development of tourist volunteering in Russia is characterized. In this article activity of the volunteer tourist centers and their programs and projects in the sphere of tourism is regarded. In conclusion recommendations about development and support of tourist volunteering in the Russian Federation are make.

Ключевые слова: туризм, добровольчество, туристическое волонтерство, волонтерский туристский центр, волонтерский туристский форум.

Key words: tourism, voluntourism, volunteering in tourism, volunteer tourist centre, volunteer tourism forum.

Понятие «волонтерство» (Volunteerism), а в отечественной социологии термин «добровольчество», выступает как деятельность, осуществляемая людьми добровольно на безвозмездной основе и направленная на достижение социально значимых целей, решение проблем в определенной сфере общества [3, с. 15].

Добровольческая деятельность вносит значимый вклад как в личностное развитие самого добровольца, так и в развитие всего общества.

Институт волонтерства широко распространен во многих странах. Причем труд добровольцев с каждым годом становится все более значимым ресурсом развития мировой экономики. Движение волонтеров зародилось в США, где уже в XIX веке они участвовали в деятельности различных некоммерческих организаций [6, с. 55].

В социальном развитии роль волонтерства высоко оценена на международном уровне. Именно поэтому добровольческое движение все чаще становится объектом

исследований в области социологии, педагогики, психологии, права, а также и в сфере туризма.

Туристическое волонтерское движения – это добровольная форма объединения молодых людей для мобилизации туристической инициативы, достижения общественно значимых целей развития индустрии туризма страны, совместного решения общих проблем в сфере туризма, которая способствует личностному росту и развитию социальной активности его участников [2, с. 17].

В России уровень развития волонтерской деятельности на сегодняшний день остается крайне низким. Популярность волонтерской деятельности в России значительно уступают европейской. В последние годы импульсом развития волонтерства в регионах России стало проведение Олимпийских и Паралимпийских Игр в Сочи в 2014 году. Оргкомитет «Сочи 2014» в 2010 году провел среди учебных заведений России конкурс «Волонтерские центры России». С середины 2011 года волонтерские центры начали свою работу. В 2014 году в Москве была учреждена Ассоциация волонтерских центров, что стало продолжением программы «Сочи 2014» [2, с. 13].

Одновременно с этим в различных регионах России стали появляться специализированные Волонтерские туристские центры, которые предоставляют возможность совместно решать общие проблемы в сфере туризма, достигать общественно значимых целей развития индустрии туризма страны и конкретного региона.

Отдельного внимания заслуживает деятельность Волонтерского туристского центра города Москвы. Целью центра является увеличение туристской привлекательности города Москвы, что включает в себя помощь российским и иностранным туристам по ориентированию на местности, предоставлении справочной информации о туристских объектах и возможных маршрутах (туристских, транспортных и т.д.). Данный центр ведет подготовку волонтеров из различных вузов. Волонтеры центра помимо информационной поддержки туристам на территории города Москвы, оказывают помощь в проведении мероприятий, связанных с индустрией туризма, например: акция «Ночь музеев»; Московская велоночь; Исторический фестиваль «Времена и Эпохи. Средневековье»; Московский урбанистический форум; «Отдых/Leisure» 2014; «AIESEC Москва: Россия глазами иностранцев»; образовательный форум «Селигер»; международная туристская выставка «Интурмаркет» и т.д. [8].

Об актуальности туристического волонтерства свидетельствует тот факт, что 25-27 сентября 2015 года состоялся I Московский международный волонтерский туристский форум «ЭТ`ХОРОШО». Участники прошли интенсивный курс подготовки туристских волонтеров, узнали о преимуществах такой работы, обсудили накопившиеся проблемы и выработали единую универсальную систему работы туристских волонтеров, взяв за основу уже существующую и функционирующую структуру Волонтерского туристского центра города Москвы [4].

Но в некоторых регионах России развитие туристического волонтерского движения началось еще до Олимпиады в Сочи. Например, в Республике Татарстан с 2009 года существует Ассамблея туристских волонтеров. В качестве своей миссии АТВ заявляет содействие формированию имиджа Казани как развитого туристского центра путем организации работы компетентных, высококвалифицированных, хорошо обученных и гостеприимных волонтеров в индустрии туризма.

Задачи Ассамблеи туристских волонтеров:

- развитие концепции волонтерского движения в сфере туризма;
- вовлечение высших учебных заведений города Казани и других городов Республики Татарстан в работу по реализации мероприятий, направленных на подготовку высококвалифицированных волонтеров;
- создание и реализация специализированной программы обучения в рамках волонтерской деятельности [1].

Проекты Ассамблеи туристских волонтеров:

- На протяжении последних нескольких лет волонтерами реализуется проект «Дети едут в музей», который направлен на проведение экскурсий для детей из детских домов и малоимущих семей.
- Ежегодно профильным проектом Ассамблеи является «Гостеприимная Казань». Основная цель проекта – помочь туристам ориентироваться в нашем городе.
- Ежегодно Ассамблея туристских волонтеров организует профильные смены. В рамках этих смен волонтеры проходят обучения и мастер классы от ведущих специалистов туристской отрасли нашей республики, а также участвуют в разработке своих собственных проектов.
- Проект «Казань образовательная» представляет собой двухдневный профориентационный тур по вузам города Казани, цель которого помочь школьникам из разных городов России в выборе вуза и своей будущей профессии [7].

Инициативой именно данной организации стало проведение первого Всероссийского форума туристских волонтеров "i.Pro", который состоялся с 5 по 8 мая 2016 года в Казани при поддержке Правительства Республики Татарстан и Федерального агентства по туризму. Цель проведения Форума - развитие волонтерского движения в сфере туризма в Российской Федерации. Форум стал площадкой для получения волонтерами практических знаний для развития внутреннего и въездного туризма. В качестве спикеров на Форуме выступили ведущие специалисты туристской отрасли регионов России, руководители организаций волонтерского движения, а также представители органов исполнительной власти в сфере туризма. Для участников форума была подготовлена специальная обучающая программа [5].

Таким образом, можно отметить популярность туристического волонтерского движения, которое в данный момент находится на стадии становления. Все это свидетельствует о перспективности развития туристического волонтерства в Российской Федерации.

В целом, можно предложить следующие рекомендации для эффективного развития и поддержки туристического добровольчества:

- разработка нормативных документов в области туристического волонтерства;
- формирование у молодёжи культуры добровольчества;
- совершенствование и дальнейшее развитие инфраструктуры туристического волонтерства в России через расширение сети волонтерских центров, создание доступных туристических волонтерских программ и проектов;
- проведение конференций, круглых столов, семинаров, посвященных теме туристического волонтерского движения;
- введения в учебные планы дополнительных дисциплин по основам туристического волонтерства для студентов, обучающихся по специальности «Туризм».

Перспективы дальнейших исследований в рамках данной темы будут включать разработку комплекса мер, направленных на поддержку развития туристического волонтерского движения в Удмуртской Республике, деятельность по созданию проекта Волонтерского туристического центра.

Список использованных источников

1. АНО «Ассамблея туристских волонтеров». – Режим доступа: oprt.tatarstan.ru/assambleya-turistskih-volonterov.htm – официальный сайт Общественной палаты Республики Татарстан.

2. Кобзова С.Н. «Туристическое волонтерство» и «Волонтерский туризм»: современное состояние и перспективы развития// Сервис в России и за рубежом – 2015. – № 3. – С. 4-21.

3. Кудринская Л.А. Добровольческий труд: сущность, функции, специфика// Социологические исследования – 2006. - № 5. - С. 15-22.
4. Международный волонтерский туристский форум впервые прошел в Москве. - Режим доступа: travel.vesti.ru/article_1427 - информационный ресурс «Вести. Туризм».
5. Первый Всероссийский форум туристских волонтеров открылся в Казани. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/news/10517/> - официальный сайт Федерального агентства по туризму.
6. Шапка Е.В., Семененко М.О., Старикова В.Г., Козлова О.А. Волонтерство сегодня: модный тренд или полноценная работа? // Всероссийский научно-практический журнал «Волонтер» - 2013. - № 1-2. – С. 52-63.
7. vk.com/atv2009 – официальная группа АНО «Ассамблея туристских волонтеров» в социальной сети «ВКонтакте».
8. www.volturmos.ru – официальный сайт Волонтерского туристского центра города Москвы.

УДК 379.85:94:[377+378](470.51)(045)

**НАУЧНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФОРМА ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ
В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Даньшина С.А.

Удмуртский государственный университет

Курьев В.Л.

Удмуртский государственный университет

**SCIENTIFIC TOURISM AS A FORM OF RESEARCH IN EDUCATIONAL
INSTITUTIONS OF THE UDMURT REPUBLIC**

Danshina S.A.

Udmurt State University

Kurylev V.L.

Udmurt State University

Аннотация: В статье рассмотрено понятие научного туризма, основные виды научного туризма, факторы, влияющие на его развитие, выделены этапы формирования и развития научного туризма на локальной территории. Проанализирована роль научного туризма в процессе патриотического воспитания. Отмечены особенности и выявлены принципы патриотического воспитания: исторической и социальной памяти, межпоколенной преемственности духовного опыта, гордости в осмыслении социокультурной реальности исторического прошлого, опоры на культурные, исторические, боевые и трудовые традиции, импликации традиций и инноваций в патриотическом воспитании.

Abstract: In article the concept of scientific tourism, the basic types of scientific tourism, the factors influencing its progress is considered, stages of formation and development of scientific tourism in local territory are allocated. The role of scientific tourism during patriotic education is analysed. There are features and principles of patriotic education. It is the historical and social memory, intergenerational continuity of spiritual experience, pride in understanding the socio-cultural reality of the historical past, support for cultural, historical, military and labour traditions, the implication of tradition and innovation in patriotic education.

Ключевые слова: научный туризм, историческое сознание, университет, среднее профессиональное образование, высшее профессиональное образование, студенческая молодежь.

Key words: scientific tourism, historical consciousness, University, vocational education, higher education, student youth.

Современная сфера туризма является одной из высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйствования. В настоящее время туризм отличают, прежде всего, количественные изменения. По данным ЮНЕСКО ежегодное число международных туристов составляет 625 млн. человек, без учета внутреннего туризма. Одним из менее изученных видов туризма является научный туризм. Научный туризм находится в начальной стадии развития, но в настоящее время научный туризм перешел из экзотического вида отдыха в оборот рыночного обращения. Под научным туризмом понимают тип туризма, целью которого является участие в тех или иных научных программах, без извлечения туристом материальной выгоды. Существует подход, который характеризует научный туризм как поездки с целью участия в различных конгрессах, симпозиумах и совещаниях [1, 2].

Научный туризм – это путешествие, позволяющее вояжерам изучить природу, ее флору и фауну благодаря помощи и объяснению ученого персонала. Некоторые исследователи дают следующее определение научного туризма – это путешествие и сбор, каких-либо научных данных в той местности, в которой проходит путешествие. Как понятие, «научный туризм» включает в себя и экологический, и этнокультурный, и подводный и многие другие виды туризма. Анализируя различные определения научного туризма можно сделать вывод, что суть большинства из них сводится к следующему: научный туризм – это осуществление исследовательской (научной) деятельности, на конкретной территории, не являющейся местом постоянного проживания туриста в период от 24 часов до 6 месяцев подряд без извлечения материальной выгоды.

Основным отличительным признаком научного туризма, от каких-либо других видов туризма является активное участие туриста в программе тура, а не просто получение интересной информации и созерцании объектов. Научный туризм включает в себя познавательную систему научных исследований в регионах государств и в целом по стране. Познавательная часть позволяет туристам обмениваться различными направлениями научных исследований, развивая при этом новый склад мышления в той или иной отрасли государственного народного хозяйства. В советский период это направление было организовано в начале 1980-х гг. в рамках Географического общества Академии наук. В настоящее время традиции поддерживает Комиссия научного туризма Русского географического общества (РГО). По мнению специалистов Русского географического общества (РГО), существуют всего два основных вида научного туризма: экспедиционный научный туризм в составе полевого отряда научной организации и самостоятельный научный туризм на свой страх и риск. Подобные проекты привлекают внимание не только, профессиональных ученых – историков, этнографов, географов, но и всех, кому интересны загадки прошлого, неожиданные гипотезы, новые открытия.

Экспедиции можно разделить на следующие типы: изучение флоры и фауны; изучение уникальных климатических зон; этнографические; геологические; археологические, поисковые и др. В настоящее время научный туризм может подразделяться на три основных вида:

1. Ознакомительный научный туризм: туристам демонстрируются природные и антропогенные объекты и образцы и даются квалифицированные пояснения по ним и проблемам, с ними связанным, по их месту в России и мире.

2. Вспомогательное участие: туристы принимают участие в научных и сопутствующих работах в качестве вспомогательного персонала (участие в реставрационных работах, работах в заповедниках по сохранению редких животных, полевых научных исследованиях).

3. Самостоятельные исследования туристов в сотрудничестве с научным персоналом [1].

Таким образом, к научному туризму можно отнести только те поездки, где основной целью туриста является не ознакомление с объектом, а активное участие в научной работе экспедиции или группы. При туристических встречах и обменах

зарождаются новые научные идеи, и ученые получают сильный импульс творческого подъема для душевного состояния.

Научный туризм обычно составляет относительно небольшую долю в общем туристском потоке, так как для его развития и функционирования требуется создание материально-технической базы. Вместе с тем значение научного туризма возрастает и заключается в пополнении информации о малоизученных районах и объектах; расширении научных и образовательных связей между различными регионами и странами; разработке международных проектов, осуществляемых на гранты благотворительных фондов.

Изучение понятия научного туризма позволило выделить этапы формирования и развития научного туризма на локальной территории. На первом этапе развития научного туризма на территории происходит поиск уникальных особенностей территории или объекта, и результатом данного этапа становится определение объекта для развития научного туризма. Вторым этапом характеризуется формированием туристского потока, основными участниками которого являются исследователи и ученые, для которых данный объект или территории представляют научный интерес или являются областью исследований. Именно этот этап является целеполагающим для развития научного туризма. На третьем этапе развития научного туризма посредством проведения исследований участники научного туризма публикуют результаты своей работы в научных журналах, СМИ, в сети Интернет и т. д.

Данный процесс косвенно осуществляет «пропаганду» уникальности территории и объектов на ней расположенных, что способствует формированию популярности и повышению привлекательности данной территории. Для четвертого этапа характерно формирование туристского потока. Именно на данном этапе происходит развитие других видов туризма на конкретной территории на устойчивой основе. Пятый этап характеризуется взаимообусловленным функционированием научного туризма и развитием на сформированной научно-туристской базе других видов туризма. На данном этапе развиваются различные виды туризма, основным из которых является познавательный туризм. Активизация развития научного туризма должна осуществляться в комплексе на трех уровнях управления: федеральном, региональном и местном (муниципальном).

В Удмуртской Республике накоплен богатый опыт организации научно-исследовательских экспедиций историками, археологами, этнографами Удмуртского государственного университета [4].

Важную роль в развитии научного туризма (организации исследовательских экспедиций) играет Военно-патриотический центр «Школа юных летчиков» города Ижевска (ШЮЛ). В штате «Школы юных летчиков» работают офицеры запаса – лётчики военной и гражданской авиации, выпускники Школы, педагоги, имеющие опыт работы в военно-патриотических клубах. ШЮЛ имеет уникальную материально-техническую базу. На территории есть парашютная вышка, парашютная горка, гироскоп, лопинг, веревочный парк, военно-специальная полоса препятствий, скалодром, электронные тир, электронные авиатренажеры, спортивный и атлетический залы. В Школе работает музей Надежды Курченко, экспозиции, посвященные подвигу 6-ой роты 104 полка 76-й дивизии ВДВ, военным лётчикам, Герою Советского Союза подводнику Валентину Старикову, кабинет Уроков Мужества. Все это активно используется не только в образовательном процессе курсантов ШЮЛ, но и для школьников города, приходящих на экскурсии, участвующих в спортивных и военно-патриотических мероприятиях.

Коллектив Школы является инициатором и организатором военно-спортивных соревнований и конкурсов всероссийского уровня. Так, на протяжении нескольких лет «Школа юных летчиков» была сетевым партнером Центра эстетического воспитания детей Индустриального района по реализации городской программы «Гражданско-патриотическое воспитание и образование школьников, проживающих на территории

города Ижевска на 2012-2015 годы». Также ШЮЛ руководит военно-патриотическим направлением Первомайского района. Многие мероприятия, инициированные и проводимые для школьников Первомайского района, заинтересовали участников из других районов, приобрели статус городских. На базе ШЮЛ реализуются образовательные программы: «Веселый Снеговик» (1-4 кл.), «Полоса юного разведчика» (5-7 кл.), «Зарница – Семеро смелых» (8-9 кл.), «Медаль за Отвагу» (10-11 кл.) и др. сохранили традиционные, хорошо зарекомендовавшие себя мероприятия «Отчизны верные сыны», Военно-спортивный праздник. Так, семинар «Школа юного командира» подразумевает провести сборы для вновь назначенных командиров кадетских классов и военно-патриотических объединений с последующим присвоением им первых кадетских званий. После мастер-класса по строевой подготовке начинается активная подготовка к смотру-конкурсу «Отчизны верные сыны. И так далее.

В соответствии с приказом Управления образования Администрации г. Ижевска № 536 от 15.09.15г. «О центрах методических инициатив и ресурсов и методических площадках города Ижевска» на базе ШЮЛ создан методический кластер «Военно-патриотическое воспитание ресурсами учреждения дополнительного образования» (научный консультант – к.и.н., доцент Даньшина С.А.). Мероприятия, запланированные Программой опорной площадки, входят в проект Муниципальной программы «Гражданско-патриотическое воспитание и образование школьников, проживающих на территории города Ижевска на 2016-2020 годы». На базе ШЮЛ проходят методические семинары для педагогов, специалистов в сфере ГМП, бакалавров и магистров.

Целью деятельности опорной площадки является совершенствование системы гражданско- и военно-патриотического воспитания и образования путем распространения и внедрения актуального педагогического опыта образовательных учреждений города Ижевска. На базе ШЮЛ сформирован туристический отряд, который осваивает новые маршруты, развивает научный туризм как форму исследовательской работы [5].

Летом 2016 года совместно с педагогами Школы Юных летчиков, партнерами и курсантами кадетских групп была организована исследовательская экспедиция в Крым «Ижевск – Великой Победе». Цель экспедиции – формирование уважительного отношения к исторической памяти своего народа, к ветеранам Великой Отечественной войны, традициям своей страны через туристический маршрут по местам боевой славы. В ходе экспедиции участники похода узнали о героях Великой Отечественной Войны, наших земляках, воевавших на территории Республики Крым. Первым этапом стала работа в ЦГА УР. Благодаря архивной работе был восстановлен список героев, воевавших на территории Крым. Второй этап – организация экспедиции. Маршрут «Ижевск – Волгоград – Симферополь – Севастополь». Поход начался из легендарного села Перевальное, где в годы Великой Отечественной войны было совершено немало героических подвигов, там же установлен памятник «Партизанская шапка». В годы Великой Отечественной войны шоссейная дорога, ведущая из Симферополя в Алушту, и прилегающие к ней леса не раз становились местом ожесточенных боев крымских партизан с гитлеровскими захватчиками. Немало смелых операций провели они в районе с. Перевального. В 1941-1942 гг. здесь действовали в основном отряды третьего района – Алуштинский и три Симферопольских, а также Зуйский, Бюк-Онларский, Сейтлерский. В 1943-1944 гг. бригады Северного соединения, базировавшиеся в зуйских лесах, где находился партизанский аэродром. К нему из района дислокации Южного соединения вела тропа, пересекавшая на 26-м километре шоссе Симферополь – Алушта. В 1943-1944 гг. 4, 6 и 7-я бригады Южного соединения базировались на территории Крымского заповедно-охотничьего хозяйства. Ранее, в 1941-1942 гг., там дислоцировались отряды 3-го партизанского района. В Центральной котловине, у подножия горы Черной, находился штаб командующего партизанским движением в Крыму А.В. Мокроусова. Не

случайно именно сюда направили гитлеровцы главный удар во время первой крупной карательной экспедиции в декабре 1941 г.

В середине июля 1942 г. последовал новый прочес, в ходе которого фашисты намеревались полностью уничтожить партизан в крымских лесах. Учитывая огромное численное превосходство противника – около 20 000 гитлеровцев против 500 партизан, командование приняло решение не вступать в бой. Патриоты действовали находчиво, дерзко: пристроившись «в хвост» к фашистской колонне, они незамеченными вышли на гору Аспорт, которую, по данным разведки, не должна была пересечь другая группа карателей. Здесь, на Аспорте, партизаны и находились до конца прочеса. Жестокие бои с оккупантами вели бригады Южного соединения в марте 1944 г. Ими было уничтожено значительное количество вражеской техники, захвачены большие трофеи. Памятники, установленные на горах Чучели и Черной, на Депорте и Барлакоше, в Центральной котловине, у подножия Чатырдага, на лесных кордонах Чернореченском, Буковского, Рынковских, Светлой поляне, рассказывают о борьбе партизан, об их героических подвигах.

В 1963 г. за с. Перевальным, на 27-м километре горной трассы, вблизи от того места, где ее пересекала партизанская тропа, был установлен необычный памятник – большая каменная глыба, очертаниями напоминающая папаху. Наискось, как алая лента, что носили на своих шапках партизаны, ее пересекает полоса красного полированного, мрамора. Слева от стоящей на небольшом возвышении конусообразной глыбы установлена плита с надписью, справа – стела с рельефными изображениями партизан. Идея создания памятника принадлежит бывшему комиссару Северного соединения Н.Д. Луговому. Авторы проекта – художники Э.М. Грабовецкий (участник партизанского движения в Крыму) и И.С. Петров, архитектор Л.П. Фрусов. Скульптор-исполнитель – Б.Ю. Усачев. Имена 26 партизан запечатлены на памятнике. Здесь же имена словацких антифашистов Венделина Новака, Франтишека Шмидта и других. Бывшие солдаты словацкой дивизии, они в 1943 г. перешли на сторону партизан и в одном строю с ними боролись против общего врага. «Партизанская шапка» стала символом интернациональной дружбы, рожденной в войне с фашизмом [2]. Следующим испытанием стал подъем на плато Четыр-даг, который скрывает в себе красивейшие пещеры. В годы войны в этих пещерах скрывались партизаны, «Долгоруковская яла», ее протяженность 25 км. Следующей точкой стало плато «Ман» и гора «Димерджи», про которую написана целая книга «Там за Димерджи», автор В. П. Терехов (о подвигах партизан), далее туристская стоянка «Джурла» и водопад «Джурла», далее водопад «Гейзер», «Каменные грибы», выход к Черному морю. В годы Великой отечественной войны перевал Байдарские ворота, как важный стратегический пункт Крыма, стал местом ожесточенных боев. В последние дни осени 1941 года небольшой отряд пограничников, возглавляемый А.С. Терлецким, целые сутки удерживал Байдарские ворота, прикрывая отступление главных сил Красной Армии к Севастополю. Выжить удалось лишь шести бойцам отважного отряда. Крайней точкой экспедиции стал город Севастополь, база Черноморского флота, в которой базируются корабли, подводные лодки, защищающие границы нашего государства.

В годы Великой Отечественной Войны п-в Крым стал местом кровопролитных боев. С 30 октября 1941 года по 4 июля 1942 года продолжалась оборона Севастополя и битва за Крым. В боях за Крым сражались офицеры и солдаты, в том числе наши земляки, жители города Ижевска в составе воинских подразделений СССР, освобождали полуостров Крым от фашистских захватчиков. Например, Заболотский Анатолий Иванович родился 19 марта 1911 г. в с. Малмыж Кировской области. До и после Великой Отечественной войны жил в г. Ижевске. Участник советско-финляндской войны, Гвардии лейтенант, Герой Советского Союза (Указ Президиума ВС СССР от 24.03.1945 г.). Заболотский А.И. был призван в феврале 1942 г. Увинским РВК, на фронте с июля 1942 г. Воевал на Южном, Юго-Западном, Донском, 4-м Украинском фронтах. Освобождал

Крым, прорывал вражескую оборону на южном берегу оз. Сиваш. Особо отличился при освобождении г. Севастополя. 7 мая 1944 г. рота Заболотского А.И. штурмовала и первой взяла вершину Сапун-горы, водрузила Красное знамя. Бойцы нашего земляка первыми ворвались на окраину г. Севастополя. За героические подвиги в боях за Сапун-гору и г. Севастополь 24 марта 1945 года гвардии лейтенанту Заболотскому Анатолию Ивановичу присвоено звание Героя Советского Союза. Войну Заболотский А.И. закончил на территории Германии. Его боевые заслуги отмечены орденами Ленина, Красного Знамени, Отечественной войны 1 степени, двумя орденами Красной Звезды, многими медалями. После демобилизации в 1946 году, Заболотский А.И. жил и работал в г. Ижевске. 3 сентября 1962 года умер. Он похоронен в городе Ижевске на Нагорном кладбище.

Так, Сапун-гора – это историческое место, достопримечательность города Севастополя. Она протянулась крутыми склонами к Золотой балке более чем на 7 км. Отсюда открывается пространственная панорама Золотой Балки, Балаклавы, окрестных гор и холмов, по которым в 1941-1942 гг. пролегла линия обороны и откуда вели наступление советские войска в 1944 г. закончившееся освобождением Севастополя. К северу от своего гребня Сапун-гора пологими скатами спускается к самому городу. На Сапун-горе происходили многие военные события, наиболее значительным из которых был легендарный штурм горы советскими войсками 7 мая 1944 г. Как символ доблести героических участников штурма Сапун-горы и освобождения города возвышается здесь обелиск Славы, открытый в ноябре 1944 г. На Сапун-горе создан мемориальный комплекс, увековечивший память героев-освободителей Севастополя. В 1945 г. недалеко от памятника сооружен небольшой мемориальный музей. В нем находится диорама Штурм Сапун-горы 7 мая 1944 года. Диорама состоит из следующих частей: экспозиций Оборона Севастополя 1941-1942 гг., Освобождение Крыма и Севастополя в апреле-мае 1944 г, живописного полотна Штурм Сапун-горы 7 мая 1944 г., которое воскрешает героические события тех дней. Художники воспроизвели момент наивысшего напряжения боя. Это крупнейшее произведение современной батальной живописи является памятником ратному подвигу советских воинов, освободивших Севастополь от гитлеровских захватчиков. Центральный обелиск облицован гранитом. Золотыми буквами на лицевой стороне памятника написано: Героям битвы за Севастополь. 9 мая 1970 г. у обелиска Славы зажжен Вечный огонь, доставленный с Малахова кургана. Каждые пять минут здесь звучит мелодия песни Б. Мокроусова Заветный камень. От обелиска дорожка ведет к зданию диорамы. Слева и справа от здания расположена выставка образцов советского оружия: танки, самоходные артиллерийские установки, гвардейские минометы. Вокруг памятников – мемориальный парк. Он был заложен в 1958 г. и его создание продолжалось до середины 70-х годов. В состав памятников мемориального комплекса Сапун-гора входит также современное здание – часовня Святого Георгия Победоносца. 6 мая 1995 г состоялась Церемония освящения. Здание выполнено в форме колокола, который венчает скульптура Св. Георгия. В дни празднования Победы Великой отечественной войны, военно-патриотические клубы Севастополя воссоздают эпизоды штурма Сапун-горы.

Важное место в формировании историческом сознании молодежи играет организация исследовательских туристических экспедиций. С результатами туристической экспедиции, в рамках которой участники собрали интересный фото-видео материал, новые устные рассказы о Герое-земляке Заболотском А.И. Итоги поисковой экспедиции были подведены и изложены на Городском научно-методическом семинаре «Организация исследовательской работы в области патриотического воспитания школьников г. Ижевска». В работе семинара приняли участие школьники, студенты вузов и ссузов города Ижевска. Важно отметить тот факт, что в среде студентов гуманитарного профиля, кадетских классов и групп, молодежных общественных объединений становиться популярным разработка новых исследовательских туристических маршрутов.

Совместно со студентами 4 курса по направлению подготовки «Организация работы с молодежью» ИСК УдГУ, студентами АПОУ УР «Техникум строительных технологий» участники похода представили научные доклады об историческом вкладе Героев-земляков Удмуртской Республики в войнах на территории Республики Крым, обсудили актуальные дискуссионные темы организации научно-исследовательской экспедиции на будущее. Развитие научного туризма вызывает интерес среди студенческой молодежи Удмуртской Республики.

Таким образом, использование научного туризма в качестве основополагающей стратегии развития локальной территории может стать перспективным вариантом развития молодых, только формирующихся туристских дестинаций. Данная тенденция может оказывать непосредственно положительное влияние как на деятельность локальной территории (дестинации), так и деятельность всего региона. Данное положительное влияние возможно не только в области науки и в сфере туризма, но и сопутствующих отраслях, что делает научный туризм особенно привлекательным.

Список использованных источников

1. Холодилина Ю.Е. Теоретические аспекты развития научного туризма в регионе //Вестник Оренбургского Государственного Университета. – № 13(132). – декабрь 2011. С. 500-502.
2. Квартальнов В. А. Менеджмент туризма: Туризм как вид деятельности: Учебник. М., 2002.
3. Крым, памятники славы и бессмертия. /Под. ред. Шаповалова С.Н., Барбух В.Н., Вьюницкой Л.Н. и др. URL: svsimf.livejournal.com.
4. История культуры в университетском образовании: педагогический опыт и современные образовательные практики (Серия «Историк и его дело») Вып. 10): Сб. ст.: под. ред. Н.Г. Шишкиной, Н.Ю. Старковой, Д.А. Черниенко, А.Л. Туркевича. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2013. – 288 с.
5. Текущий Архив ВПЦ «Школа юных летчиков». Отчет об организации учебно-воспитательного процесса Военно-патриотического центра «Школа юных летчиков» города Ижевска за 2015 г. Составитель Стерхова Р.К.

УДК 379.852-056.24(045)

РАЗВИТИЕ ДЕТСКОГО ИНВАТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРОГРАММЫ ВОДНОГО СПЛАВА ДЛЯ ДЕТЕЙ БОЛЬНЫХ САХАРНЫМ ДИАБЕТОМ)

Бурганов Э.Р.

Удмуртский государственный университет

DEVELOPMENT OF CHILDREN ACCESSIBLE TOURISM FOR EXAMPLE TOURIST PROGRAMME WATER RAFTING FOR DIABETIC CHILDREN

Burganov E.R.

Udmurt State University

Аннотация: Статья посвящена вопросам развития одного из сегмента инватуризма – водный сплав. Автор раскрывает проблемы, возникающие в социальной среде у людей больных сахарным диабетом, прослеживает динамику развития этого заболевания и специфику эмоционального и психологического воздействия на человека. В статье предложен практический механизм реализации туристической программы для детей, больных с сахарным диабетом. Определены основные акценты для развития инватуризма и разработки индивидуальных

мероприятий взаимодействия между общественными организациями и профильными структурами образовательной и социальной сферы.

Abstract: The article is devoted to the development of one segment of the accessible tourism is water rafting. The author reveals the problems in the social environment of people diabetics, traces dynamics of development of the disease and the specificity of the emotional and psychological impact on person. The article suggests a practical mechanism for realization of tourist programs for diabetic children. There are main accents for accessible tourism development and developing of individual activities of interactions between public organizations and relevant actors of the educational and social spheres.

Ключевые слова: социальный туризм, инватуризм, водный сплав, сахарный диабет, Удмуртия, доступная среда, реабилитация.

Key words: social tourism, accessible tourism, water rafting, diabetes, Udmurtia, accessible environment, rehabilitation.

Инвалидный туризм или инватуризм – вид туристско-рекреационного направления, связанный с людьми с ограниченными физическими возможностями, является перспективным в развитии на территории Российской Федерации.

В системе социальной защиты уделяется большое значение предоставлению людям с ограниченными возможностями адаптивных услуг, наиболее значимым нормативным документом по их интеграции в общество и повышению уровня жизни, является государственная программа «Доступная среда» [4]. Общество проявляет заботу о своих согражданах, имеющих особые потребности в спортивных и туристических услугах, государство создает предпосылки к созданию и развитию культурных и социальных условий. Зимние Паралимпийские игры, проходившие в 2014 г. на территории России способствовали развитию и безопасности безбарьерного туризма для туристов с ограниченными возможностями. Требованиями Международного паралимпийского комитета они пользовались всеми правами, имеющие у здорового человека. Могли свободно передвигаться, имели возможность посещать туристские и рекреационные места, наблюдать за соревнованиями. Оргкомитет объявил о старте программы по созданию безбарьерной среды, Сочи в первый город России был полностью доступным для людей с ограниченными возможностями. Созданные инфраструктурные условия для людей-инвалидов пользуются популярностью у людей пожилого возраста [3].

За рубежом это один из самых динамично развивающихся сегментов туристского рынка. Туризм для людей с ограниченными возможностями служит средством реабилитации. На первом месте – двигательная активность, осуществляется поддержание физической формы и здоровья. На втором месте – туризм создает среду для полноценного общения, устраняет чувство потери достоинства и неполноценности и интегрирует людей в общество. К этому можно добавить то, что туризм помогает восстановить и психические ресурсы человека, красивая природа способствуют положительному психологическому и эмоциональному настрою.

Рассуждения о доступности инватуризма в России пока преждевременны, так как тема ещё пока новая и недостаточно освоенная. Потенциальные потребители не только люди с ограниченными возможностями, а их опекуны, члены их семей, а также семьи с маленькими детьми, люди пожилого возраста.

По данным Федеральной службы государственной статистики на 1 января 2016 года на территории России проживает около 12,7 млн. инвалидов, в том числе 617,0 тысяч детей-инвалидов, около 15 тыс. больных сахарным диабетом, большинство из них зависят от ежедневного введения инсулина⁹.

⁹ Данные Федеральной службы государственной статистики.

Как правило, дети и подростки практически не болеют диабетом 2 типа, у них сразу диагностируют только 1-й тип заболевания.

По неофициальным данным, ежегодно, количество заболевших сахарным диабетом будет увеличиваться на 12-15 процентов. Усиливает опасение специалистов тот факт, что в стране более 6 миллионов людей не знают о том, что у них имеется сахарный диабет. Россия по показателям рейтинга заболеваемости входит в пятерку стран мира. В глобальном масштабе уровень подошел вплотную к эпидемиологическому порогу. При этом, по словам научных экспертов, реальные цифры людей с этой болезнью в два-три раза выше.

При диабете поражаются, прежде всего, кровеносные сосуды, они нуждаются в дополнительном профилактическом укреплении, а лучшего и более дешевого средства, чем регулярные физические тренировки, пока не найдено. Проблема развития физической культуры для детей с заболеванием сахарного диабета заключается в том, что в настоящее время этот диагноз является противопоказанием для регулярных занятий в обычных физкультурных группах и спортивных секциях. Усугубляет ситуацию ограниченное количество специальных групп с использованием средств контроля за уровнем сахара, при этом, организация таких групп затруднена при формировании групп, в том числе по возрасту, полу, физической готовности участников.

Как правило, в общеобразовательных учреждениях дети больные сахарным диабетом чаще всего освобождаются от физкультуры и автоматически исключаются из полноценного участия в жизни школы и общества. В этих условиях, проявление чувства неуверенности, находит отражение на всей жизненной стратегии. Внутренняя картина болезни у детей, искажается отрицательным эмоциональным отношением к заболеванию и его лечению, характеризуется изменениями структуры самооценки, формирует «комплекс отличия» от здоровых детей.

Одним из способов противостояния разрушительному действию сахарного диабета на организм человека является формирование у него активной позиции в управлении болезнью, формирование позитивной оптимистичной жизненной позиции, веры в жизненную перспективу, не отличающуюся от перспективы обычного человека [2].

Разработанная туристическая программа «Водный сплав по реке Вала – Откажись от виртуального мира в пользу реального» позволит получить равные возможности всем детям, в том числе с ограниченными возможностями для участия в активном отдыхе, спорте.

Основными целями программы является приобщение детей, больных сахарным диабетом к регулярным физическим нагрузкам, обучение детей принятию самостоятельных решений по управлению диабетом в меняющихся условиях среды жизнедеятельности (социальные условия, физическая активность, нервные нагрузки).

В задачи программы вошли следующие мероприятия:

1. Развитие коммуникативных способностей навыки взаимодействия со сверстниками и взрослыми;
2. Формирование позитивного мышления ребенка;
3. Духовное развитие подрастающего поколения;
4. Участие ребенка в общественной жизни своего города, региона, страны.

Программа имеет несколько этапов подготовки.

На первом этапе, нормативные правовые основания для проведения водных туристических мероприятий с детьми больных сахарным диабетом.

Второй этап. Организационный.

1. Формируется карта местности. Определяется маршрут похода, место для стоянок, подъездные пути к ним автомобилям сопровождения и спасения. Предварительное предупреждение служб спасения и безопасности о характере и количестве группы, места дислокации и движения группы. Информирование медицинских

учреждений в пути следования групп о составе и медицинской симптоматике участников похода.

2. Сформировать группу по медицинскому характеру участников и рекомендаций врача. Состав группы не более 15 человек. На каждого участника сопровождающий врач заполняет карточку с реакцией больного на физическую нагрузку.

3. Выработка взаимной ответственности. Выполнение мер по обеспечению безопасности на протяжении всего маршрута. Привлечение к походу специалистов, имеющих соответствующие подтверждения. Готовность детей и их родителей выполнять условия и правила, соблюдать дисциплину.

4. Формирование турснаряжения. Назначение приказом руководителя группы, привлечение инструкторов, один специалист на четыре человека. Подготовка маршрутной документации.

5. Обеспечение групп продуктами питания. Меню согласованно с врачом-эндокринологом.

6. Медицинское сопровождение: врач-эндокринолог на десять человек. Обеспечение специализированных мер безопасности.

Третий этап. Практический.

- организованный выезд из города Ижевска в д. Малиновка Вавожского района Удмуртской Республики на автобусе туристического класса в сопровождении врача-эндокринолога. Контрольные остановки (каждые 1,5 часа) для контроля за гликемией и питанием;

- сплав по реке на байдарках (не более 4 часов).

Специфика реки для детей и подростков: уклон не более 1,5 м/км и скорость течения не более 4-5 км/час. Средняя скорость движения подростков больных сахарным диабетом на байдарках с экипажами 2-3 человека – 3-4 км/час. Контрольные остановки (каждые 1,5 часа) для контроля за гликемией и питанием;

- приготовление пищи с учетом контроля за гликемией. Расселение по местам отдыха (палатки);

- организация культурно-массовых мероприятий. Мастер-класс по лозоплетению, мастер-класс по верховой езде, настольные и подвижные игры на берегу реки, знакомство с флорой и фауной в походе;

- выезд в г. Ижевск. Контрольные остановки (каждые 1,5 часа) для контроля за гликемией и питанием.

Итоговый этап Программы: обратная связь с родителями, детьми, специалистами, реакция общественности на мероприятие. Продвижение положительного опыта. Пропаганда работы с детьми с ограниченными возможностями.

Проект апробирован в 2014 и 2015 годах с детьми, больными сахарным диабетом. Возраст детей 9-17 лет, количество участвовавших в программе – 50 человек. В 2014 году программа рекомендована Министерством образования и науки РФ «Лучшие программы отдыха и оздоровления детей и подростков» <http://vlager.edu.ru/top-100/program/251>. В 2016 году проект опробован на инвалидах по зрению в количестве 20 человек. В 2016 году проект участвует во всероссийской туристской премии «Маршрут Года» <http://www.2r.ru/rtta>.

Инватуризм, как туристская оздоровительная активность является эффективным средством профилактики и восстановления нормальной жизнедеятельности человека. В этих условиях, водный сплав, как один из видов инватуризма, является формированием социальной активности человека, преодолением его психологических барьеров, препятствующих ощущению полноценной жизни, а также осознанности своей личной лепты в социальное развитие общества всех групп населения.

Основное назначение инватуризма заключается в способности решения задачи по предоставлению равных возможностей для лиц с ограниченными возможностями туристических и спортивных услуг с полноценной интеграцией в общество. Единственное

отличие от общепринятого туризма – любой вид инватуризма имеет индивидуальный характер, и должен проходить с участием специально подготовленных профессионалов, иметь специализированный (медицинский, социальный и др.) комплекс туристского сопровождения. В этих условиях, требуется специализация социальной работы, соответствующая подготовка и расширение сотрудничества с представителями других непрофильных наук: психология, педагогика, физиология и другие. Необходимо совместными усилиями выработать методические постулаты для туризма в социальной сфере, выявить организационно-управленческие потребности в туристических услугах, разработать рекомендации по совершенствованию механизмов для туристической индустрии оказывающих услуги для данной категории граждан, уделить особое внимание структурам социальной сферы и представителям общественных организаций, оказывающих услуги людям с ограниченными возможностями, посредством прохождения соответствующей программы подготовки на базе учебных заведений, а также разработкой социальных адаптированных условий для продвижения опробованного туристического продукта.

Список использованных источников

1. Бавельский А. Д., Зорин И. В., Сеселкин А. И. Доступная среда как фактор развития и безопасности безбарьерного туризма // Туризм: право и экономика, 2012, N 1.
2. Галичаев М.П. Практические рекомендации по организации и проведению автономных водных многодневных походов с участием подростков с диабетом.
3. Постановление Правительства РФ № 1297 от 1 декабря 2015 г. «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Доступная среда" на 2011-2020 годы».

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Оконникова Т.И.</i> ПРЕДИСЛОВИЕ	3
РАЗДЕЛ 1. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ	
<i>Понедельник А.А., Рубан Д.А.</i> РОССИЙСКИЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ ДЕСТИНАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В МИРОВОМ КОНТЕКСТЕ: ОПЫТ СРАВНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА	4
<i>Коньшиев Е.В.</i> ПРИНЦИПЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ДОТАЦИОННОГО РЕГИОНА	9
<i>Норина А.А.</i> АНАЛИЗ КОНЦЕНТРАЦИИ РЫНКА ТУРОПЕРАТОРОВ РОССИИ В 2015 Г	18
<i>Карабанова И.В.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА НА ЮГЕ РОССИИ	23
<i>Перфильева Е.В., Олейник А.С.</i> НЕОПРАВДААННЫЕ ОЖИДАНИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА	28
<i>Саранча М.А., Кузнецова Н.А.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В РФ	30
<i>Черевичко Т.В.</i> РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРИСТСКИЙ КЛАСТЕР: ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ	35
<i>Догадина Н.В., Павлова П.С., Амерханова Г.С.</i> ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР И ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ЭКОНОМИКИ МОНОГОРОДА НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ГОРОД САРАПУЛ»	39
<i>Латина Е.А.</i> ОПЫТ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕТРОСПЕКТИВЕ (КАДРОВЫЙ АСПЕКТ)	41
РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ТУРИНДУСТРИИ	
<i>Овакимян А.Б.</i> ОСОБЕННОСТИ КЛАССИФИКАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ	44
<i>Нелаева О.В.</i> АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ	46
<i>Рылова Н.И., Коришунова Ю.В.</i> УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ ПЕРСОНАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ НА РЫНКЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ	52
<i>Дорохова К.А., Очкасова О.С.</i> РАЗРАБОТКА КЛАССИФИКАТОРА ОЦЕНИВАНИЯ ПАРКА ОТДЫХА С ПОЗИЦИИ ЕГО КОМФОРТНОСТИ И ДОСТУПНОСТИ ДЛЯ ТУРИСТОВ	54
<i>Файрузова Ю.Р.</i> ЗНАЧЕНИЕ СТАНДАРТОВ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ	57
<i>Акатьева Л.В., Семакина А.В.</i> АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРПРОДУКТА НА ПРИМЕРЕ ТУРА «В ГОСТИ К БАБЕ ЯГЕ»	60
РАЗДЕЛ 3. ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА ТЕРРИТОРИЙ	
<i>Баталов А.К.</i> ПРОДВИЖЕНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА «RUSSIAN EVENT AWARDS»	64

<i>Гаврилова А.А., Титова А.А. СОЗДАНИЕ КОНЦЕПЦИИ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ В СИСТЕМЕ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО И ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ПУТЕВОДИТЕЛЯ ПО ГОРОДУ МОСКВА</i>	67
<i>Голубева О.А. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКО-ЭКСКУРСИОННЫХ МАРШРУТОВ И ПРОГРАММ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ</i>	70
<i>Зубрилина О.А., Рубан Д.А. ВИДЫ ТУРИЗМА В ОБРАЗЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ В ЭЛЕКТРОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ</i>	80
<i>Галанова Н.А., Богданова Д.А. МУЛЬТИМЕДИА-ТЕХНОЛОГИИ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРФИРМ Г. ИЖЕВСКА</i>	83
<i>Комарова К.В., Гай И.А. ТУРИСТСКОЕ ВОЛОНТЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКОГО ОБЛИКА РЕГИОНА</i>	87
<i>Никошова А.С., Гай И.А. РОЛЬ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА РЕГИОНА</i>	90
<i>Оконникова Т.И., Акатьева Л.В. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ</i>	95
<i>Поздеева А.В. ВОЗМОЖНОСТИ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ В ПРОДВИЖЕНИИ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ</i>	106
<i>Рыбникова И.В., Стремоусова Е.В. ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ В СИСТЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)</i>	112
<i>Субботина А.М., Колупаева Е.В. ВИЗУАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ ПЕТЕРБУРГА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ИНТЕРЕСА</i>	122

РАЗДЕЛ 4. ОПЫТ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

<i>Вотинцева Н.А. ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ИЖЕВСКОГО БЮРО ПУТЕШЕСТВИЙ В ГОДЫ ДЕСЯТОЙ ПЯТИЛЕТКИ (1976-1980 ГГ.)</i>	127
<i>Ложкина М.Д., Пименова Е.Л. ХАРАКТЕРИСТИКА РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ПРОГРАММ В ШАРКАНСКОМ РАЙОНЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ</i>	131
<i>Платонова Н.А., Сабрекова Е.С. РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ИГРИНСКИЙ РАЙОН» УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ</i>	136
<i>Шахтов А.С., Пименова Е.Л. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ МОЖГИНСКОГО РАЙОНА УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ</i>	145
<i>Филинова О.Е. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МОНОГОРОДАХ (НА ПРИМЕРЕ Г. ЗЕЛЕНОДОЛЬСКА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)</i>	149
<i>Суханова Е.А. ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА</i>	152
<i>Коньшиев Е.В., Цзячен Х. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «КРАСНОГО» ТУРИЗМА В КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ</i>	156
<i>Баталова Л.В., Гай И.А. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА</i>	161
<i>Баталов А.К. ФЕСТИВАЛИ ИСТОРИЧЕСКОЙ РЕКОНСТРУКЦИИ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА</i>	165
<i>Борисова О.Ю. РАЗВИТИЕ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМА В УДМУРТИИ (НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ФЕСТИВАЛЯ ФИННО-УГОРСКИХ НАРОДОВ ПОВОЛЖЬЯ И УРАЛА «ВОРШУД»)</i>	169

<i>Килина С.В., Баталова Л.В.</i> РАЗВИТИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УДМУРТИИ (НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО КУЛИНАРНОГО ФЕСТИВАЛЯ «ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ ПЕЛЬМЕНЯ»)	174
<i>Кутявина С.А.</i> РАЗВИТИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ЧАЙНЫХ ТУРОВ В КИТАЙ	178
<i>Кутявина С.А.</i> РАЗВИТИЕ ЧАЙНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ФЕСТИВАЛЕЙ ЧАЯ	181
<i>Герасимов С.В., Коньшиев Е.В.</i> СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ	184
<i>Наймушина Т.Ю.</i> СЕЛЬСКИЕ СПОРТИВНЫЕ ИГРЫ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)	189
<i>Овчинникова Т.А.</i> СПОРТИВНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ РЕГИОНА КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ	194
<i>Галанова Н.А., Балабанова Д.А.</i> СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САМОДЕЯТЕЛЬНОГО ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)	198

РАЗДЕЛ 5. ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕКРЕАЦИОННОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ И ТУРИЗМА

<i>Крутихина А.Н.</i> ОСНОВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ЭКОТУРИЗМА: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ	211
<i>Паникарская Н.И., Рубан Д.А.</i> ЗАГРЯЗНЕНИЕ АТМОСФЕРЫ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ЦЕНТРАЛЬНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ	218
<i>Медведева Л.Н.</i> РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ТРОПА – ИНСТРУМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И ВОСПИТАНИЯ	222
<i>Медведева Л.Н., Оноприенко Ю.Г.</i> СЕЛЬСКИЕ ПОСЕЛЕНИЯ – СТРУКТУРНЫЙ ЭЛЕМЕНТ НООСФЕРНОГО ПРОСТРАНСТВА ЗЕМЛИ	226
<i>Головач В.И.</i> КУНГУРСКАЯ ЛЕДЯНАЯ ПЕЩЕРА КАК ОБЪЕКТ ТУРИЗМА	232

РАЗДЕЛ 6. ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

<i>Рыбникова И.В., Стремоусова Е.В.</i> ОБЪЕКТЫ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ТУРИЗМА	235
<i>Шумилов Е.Ф.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ГОРОДАХ-ЗАВОДАХ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ	239
<i>Шапеева О.Н., Гай И.А.</i> ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТОВОГО НАСЛЕДИЯ КИЯСОВСКОГО РАЙОНА УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	241
<i>Донецкова Е.Ю.</i> СОХРАНЕНИЕ И ПРЕУМНОЖЕНИЕ РУССКИХ ТРАДИЦИЙ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ	246
<i>Фертиков Д.В.</i> КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК МЕТОД РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ	249

РАЗДЕЛ 7. РАЗВИТИЕ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ

<i>Ахметова А.В., Дементьева В.В.</i> СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ РЕСУРСОВ НАЦИОНАЛЬНОГО СЕЛА СИКАЧИ-АЛЯН ХАБАРОВСКОГО КРАЯ	258
---	-----

<i>Солдаткина М.А., Лешина Ю.О.</i> ЭТНОПАРК «КОЧЕВНИК»: ОПИСАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ	268
<i>Бусько А.А.</i> МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК КАК ФОРМА РАЗВИТИЯ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ БУК УР АЭМЗ «ЛУДОРВАЙ»)	271
<i>Гай И.А., Бусько А.А.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭТНОГРАФИЧЕСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БУК УР АЭМЗ «ЛУДОРВАЙ»	275
<i>Борисова О.Ю.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ	281
<i>Килина С.В., Баталова Л.В.</i> ФЕСТИВАЛЬ ФИННО-УГОРСКОЙ КУХНИ «БЫГ-БЫГ» КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УДМУРТИИ	285

РАЗДЕЛ 8. РЕГИОНАЛЬНЫЕ АРХЕОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

<i>Макаева И.В., Кадыкова Г.Н., Ефремова Д.Ю.</i> К ВОПРОСУ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ ГОРНОМАРИЙСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ	289
<i>Макаров Л.Д.</i> ОПЫТ ОХРАННЫХ РАСКОПОК В ГОРОДАХ УДМУРТИИ	301

РАЗДЕЛ 9. ДЕТСКИЙ И МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

<i>Саляева Э.Ф., Баталова Л.В.</i> ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ	305
<i>Саляева Э.Ф., Баталова Л.В.</i> РАЗВИТИЕ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТСКО-КРАЕВЕДЧЕСКОЕ ДВИЖЕНИЯ «ОТЕЧЕСТВО»	311
<i>Пономарева А.Е.</i> ВОЗМОЖНОСТИ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ ПОСРЕДСТВОМ УЧАСТИЯ В ТУРИСТСКИХ МЕРОПРИЯТИЯХ И ПОХОДАХ (НА ПРИМЕРЕ ВСЕСОЮЗНОГО ПОХОДА ПО МЕСТАМ БОЕВОЙ СЛАВЫ СОВЕТСКОГО НАРОДА)	316
<i>Пудова П.Л.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОЛОНТЕРСКОГО ДВИЖЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА	321
<i>Даньшина С.А., Курылев В.Л.</i> НАУЧНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФОРМА ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ	324
<i>Бурганов Э.Р.</i> РАЗВИТИЕ ДЕТСКОГО ИНВАТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРОГРАММЫ ВОДНОГО СПЛАВА ДЛЯ ДЕТЕЙ БОЛЬНЫХ САХАРНЫМ ДИАБЕТОМ)	330

СПИСОК АВТОРОВ

- Акатьева Л.В.** – доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Амерханова Г.С.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Ахметова А.В.** – к.и.н., доцент ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет», г. Комсомольск-на-Амуре
- Балабанова Д.А.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Баталова Л.В.** – к.и.н., доцент, директор Института социальных коммуникаций ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Баталов А.К.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Богданова Д.А.** – студент бакалавриата направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Борисова О.Ю.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Бурганов Э.Р.** – директор по развитию ООО «Индустрия путешествий», магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Бусько А.А.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Вотинцева Н.А.** – доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Гаврилова А.А.** – студент ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва
- Гай И.А.** – доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Галанова Н.А.** – к.и.н., доцент, доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Герасимов С.В.** – председатель общественной организации «Федерация оздоровительно-спортивного туризма Кировской области», г. Киров
- Головач В.И.** – магистрант направления подготовки «Культурология» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Голубева О.А.** – аспирант направления подготовки «Геоэкология» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Деменьтева В.В.** – студент направления «Документационное обеспечение управления и архивоведение» ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет», г. Комсомольск-на-Амуре
- Даньшина С.А.** – к.и.н., доцент кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Догадина Н.В.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Донецкова Е.Ю.** – студент ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва
- Дорохова К.А.** – студент ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва

- Ефремова Д.Ю.** – к.и.н., заведующая отделом археологии Национального музея Республики Марий Эл им. Т.Е. Евсеева, г. Йошкар-Ола
- Зубрилина О.А.** – студент бакалавриата ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону
- Кадыкова Г.Н.** – к.и.н., доцент кафедры культуры и искусств ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет», г. Йошкар-Ола
- Карабанова И.В.** – к.г.н., преподаватель спецдисциплин по туризму и сервису ГБПОУ РО «Ростовский торгово-экономический колледж», г. Ростов-на-Дону
- Килина С.В.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Колупаева Е.В.** – магистрант направления подготовки «Культурология» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Комарова К.В.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Конышев Е.В.** – к.г.н., доцент, доцент кафедры сервиса, туризма и торгового дела ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», г. Киров
- Коршунова Ю.В.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Крутихина А.Н.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Кузнецова Н.А.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Курылев В.Л.** – преподаватель АПОУ УР «Техникум строительных технологий», магистрант направления подготовки «Организация работы с молодежью» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Кутявина С.А.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Лапина Е.А.** – к.и.н., магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Лепшина Ю.О.** – студент ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва
- Ложкина М.Д.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Макаева И.В.** – магистрант направления подготовки «Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия» ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет», г. Йошкар-Ола
- Макаров Л.Д.** – д.и.н., доцент, младший научный сотрудник Института истории и культуры народов Приуралья ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Медведева Л.Н.** – д.э.н., ведущий научный сотрудник ФГБНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт орошаемого земледелия», профессор кафедры экономики и менеджмента Волжского политехнического института (филиал) ФГБУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», г. Волгоград
- Наймушина Т.Ю.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Нелаева О.В.** – старший преподаватель кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций, магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск

- Никошнова А.С.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Норина А.А.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Овакимян А.Б.** – магистрант ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону
- Овчинникова Т.А.** – научный сотрудник МБУ «Центр истории спорта города Ижевска», г. Ижевск
- Оконникова Т.И.** – к.и.н., доцент, заведующая кафедрой туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Оноприенко Ю.Г.** – к.э.н., доцент кафедры менеджмента, маркетинга и организации производства ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», г. Волгоград
- Олейник А.С.** – студент ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва
- Очкасова О.С.** – студент ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва
- Паникарская Н.И.** – студент бакалавриата ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону
- Павлова П.С.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Перфильева Е.В.** – студент ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва
- Пименова Е.Л.** – доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Платонова Н.А.** – заведующая отделом экскурсионно - туристической деятельности («Визит-центр») МБУК «Игринский районный краеведческий музей», п.Игра
- Поздеева А.В.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Понедельник А.А.** – студент бакалавриата ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону
- Пономарева А.Е.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Пудова П.Л.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Рубан Д.А.** – Philosophiae Doctor, к.г.-м.н., доцент, доцент кафедры туризма ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону
- Рыбникова И.В.** – заведующая отделением заочной формы обучения Института социальных коммуникаций ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Рылова Н.И.** – к.э.н., доцент, доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Сабрекова Е.С.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Саляева Э.Ф.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск

- Саранча М.А.** – д.г.н., профессор кафедры и бизнес-технологий в туризме и гостеприимстве ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва
- Семакина А.В.** – студент бакалавриата направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Солдаткина М.А.** – студент ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва
- Стремоусова Е.В.** – доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Субботина А.М.** – к.и.н., доцент, доцент кафедры культурологии и менеджмента в культуре ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Суханова Е.А.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Титова А.А.** – студент ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», г. Москва
- Файрузова Ю.Р.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Фертиков Д.В.** – магистрант направления подготовки «Культурология» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Филинова О.Е.** – доцент кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Цзячен Х.** – студент бакалавриата направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», г. Киров
- Черевичко Т.В.** – д.э.н., профессор, заведующая кафедрой туризма и культурного наследия, директор Института истории и международных отношений ФГБОУ ВО «Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского», г. Саратов
- Шапеева О.Н.** – студент бакалавриата направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Шахтов А.С.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск
- Шумилов Е.Ф.** – д.и.н., кандидат искусствоведения, профессор кафедры туризма и бизнес-технологий в социокультурной сфере ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», г. Ижевск

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Научное издание

Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы

Выпуск 5

Технический редактор М.В. Леконцева, Н.А. Галанова

Авторская редакция

Отпечатано с оригинал-макета заказчика

Подписано в печать 23.12.2016. Формат 60х84/16.

Усл. печ. л. 20,0. Уч.-изд. л. 26,4.

Тираж 50 экз. Заказ № 2386.

АНО «Ижевский институт компьютерных исследований»

<http://shop.rcd.ru> E-mail: mail@rcd.ru

Типография Издательского центра «Удмуртский университет»

426034, г. Ижевск, ул. Университетская, 1, корп. 2

Тел. 68-57-18