

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ГЕОГРАФИЯ И РЕГИОН

Том VI

ТУРИЗМ

Материалы международной
научно-практической конференции
(23–25 сентября 2015 г.)



Пермь 2015

УДК 338.488+379.8

ББК 65.433.1:77.2/4

Г 35

География и регион: материалы междунар.
Г 35 науч.-практ. конф. (23–25 сентября 2015 г.): в 6 т. /
Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2015. – Т. VI:
Туризм. – 334 с.

ISBN 978-5-7944-2586-4 (т. VI)

ISBN 978-5-7944-2580-2

Сборник содержит материалы международной научно-практической конференции «География и регион», секции «Туризм», проведенной на географическом факультете Пермского государственного национального исследовательского университета. В издание включены результаты современных исследований в области туризма и сервиса.

Материалы конференции могут представлять интерес для научных работников, сотрудников администраций, преподавателей вузов, аспирантов, студентов.

УДК 338.488+379.8

ББК 65.433.1:77.2/4

*Печатается по решению оргкомитета
международной научно-практической конференции «География и регион»*

Научное издание

Издается в авторской редакции

Компьютерная верстка

Е. Л. Гатиной, А. В. Фирсовой

Подписано в печать 14.09.2015.

Формат 60х84/16. Усл. печ. л. 19,53.

Тираж 300 экз. Заказ ____

Издательский центр
Пермского государственного
национального исследовательского университета.
614990, г. Пермь, ГСП, ул. А. И. Букирева, 15

ISBN 978-5-7944-2586-4 (т. VI)

ISBN 978-5-7944-2580-2

© Пермский государственный
национальный исследовательский
университет, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	6
ТУРИЗМ.....	9
<i>Александрова А.Ю.</i> Москва в системе глобальных городов как туристских дестинаций.....	9
<i>Аракчеева З.В.</i> Современный рынок образовательных услуг города Магнитогорска.....	15
<i>Васина С.М.</i> Государственное регулирование в области продвижения туристского продукта в республике Марий Эл.....	22
<i>Ведерников А.П.</i> Камень Ермак: пути повышения аттрактивности туристского объекта.....	26
<i>Волкова Т.А. Мищенко А.А.</i> Туристско-рекреационная система Краснодарского края: современное состояние и проблемы развития	32
<i>Волкова Т.А.</i> Сельский туризм в Краснодарском крае: тенденции и перспективы	38
<i>Галачиева Л.А.</i> Музейный туризм и перспективы его развития в Кабардино-Балкарии	44
<i>Гудковских М.В.</i> Исторические аспекты развития туризма в Тюменской области	50
<i>Гусейнова А.Г.</i> Факторы развития детского и юношеского образовательного туризма в Ярославской области.....	57
<i>Долганова М.В., Зорькина Г.В.</i> Роль промышленного туризма в повышении технологической культуры учащихся Брянской области	62
<i>Евдокимов М.Ю., Евдокимова Е.В.</i> Развитие развлекательных видов туризма на особо охраняемых природных территориях	69
<i>Емельянова Н.А., Кусерова А.И.</i> Рекреационный комплекс республики Мордовия	72
<i>Жеренков А.Г., Мидоренко Д.А., Солдатенко И.С.</i> Образовательные интернет-ресурсы как инструмент организации и представления учебных маршрутов	76
<i>Захаренко Г.Н.</i> Инфраструктурный максимум как направление инвестиционных процессов туристско-рекреационного кластера.....	80
<i>Зырянов А.И.</i> Новые подходы к туристскому развитию региона в проекте «Пермь Великая»	86
<i>Зырянова И.С.</i> Научный эмпиризм как основа планирования путешествий	91

Исаченко Т.Е. Основные тенденции развития рекреационного природопользования в России	97
Кадебская О.И., Кадебская Л.Ю. Геологические памятники природы Пермского края как объекты туризма	100
Калоева З.Ю., Ханаева М.Т. Анализ рынка горнолыжного туризма в России.....	105
Кицис В.М. Климатические и водные ресурсы туризма республики Мордовия.....	110
Конышев Е.В. Пространственная организация туристско-рекреационной системы Кировской области.....	116
Куприна Л.Е. Технология разработки туристских маршрутов: специфика курса и методика обучения студентов	122
Максимов Д.В., Миненкова В.В., Куделя Е.В., Цулая И.В. Показатели интенсификации туристкой деятельности в регионе	128
Масютин В.В., Жуйкова И.А. Туристский потенциал Котельничского местонахождения ископаемых позвоночных животных (верхний отдел Пермской системы), Кировская область.....	132
Морозова В.В. Возможности и ресурсы развития сельского туризма в Ярославской области	137
Мышлянцева С.Э. Обоснование необходимости создания краевой базы данных инвестиционных проектов в сфере туризма и рекреации	144
Никитина В.С. Историко-культурное наследие горнозаводской зоны Челябинской области как ресурс познавательного туризма	147
Новиков В.С. Территория и туризм – возможности взаимного развития.....	154
Обедков А.П. Исторические города Северо-Западного федерального округа как центры культурно-познавательного туризма.....	160
Павлова О.В. К вопросу о целесообразности развития спелеотуризма в Татарстане.....	166
Пасюков П.Н. Снег как туристический ресурс в странах северо-востока Азии	173
Пахомова Л.С. Туристско-рекреационные ресурсы Чурапчинского улуса (района) Республики Саха (Якутия).....	180
Полухина А.Н. К вопросу о концептуальных подходах для изучения стратегий развития туризма как отрасли экономики региона	185

Попова О.Б. Оценка природно-рекреационного потенциала Оренбургской области	191
Потанов И.А. Малые исторические города Архангельской области как потенциальные центры туризма	196
Расковалов В.П. Возможности развития палеонтологического туризма в Пермском крае	200
Рубан Д.А., Заяц П.П. Эстетическая привлекательность малых озер горной Адыгеи	207
Рукомойникова В.П. Анализ использования туристского потенциала регионов-участников кластера «Большая Волга».....	211
Савиновская А.В., Третьякова Т.Н., Кирюшкина Ю.Д. Влияние условий спортивно-оздоровительного тура по реке Чусовой на психо-эмоциональное состояние туристов	218
Сафарян А.А. Проблема информационной обеспеченности путешественников в контексте новых тенденций.....	224
Середа Н.Д. Актуальные факторы и тенденции развития туризма	230
Сидоров В.П., Агжанов Р.А. Туризм на крайнем севере: особенности развития	238
Созонова Е.Ю. Историко-культурный потенциал Тюмени как фактор развития внутреннего туризма	242
Соколов С.Н., Барабанова Д.В. Макао как международная туристская дестинация	247
Сухов Р.И. Проблемы организации образовательного процесса по направлению подготовки «Туризм»	254
Третьякова Т.Н. Модель тематических экскурсионных программ	258
Ульянова Т.Л. Учет динамических факторов при планировании и проектировании туристско-рекреационных маршрутов	266
Фирсова А.В. Туристское проектирование литературных мест.....	271
Харитонов Н.В., Шапошникова Н. Г. Туристский имидж Пермского края: профессиональное и житейское представление	279
Хуснутдинова С.Р., Сафонова М.В. Образование и туризм как социально-экономические факторы городского развития	285
Черепанов А.С., Третьякова Т.Н. Горнолыжные центры Южного Урала как объект туризма	291
Шебалина М.С., Дунец А.Н. Туристские комплексы Алтайского края	297

Ширинкин П.С. Образно-географические карты Прикамья и города Перми: проблематика разработки и составления	302
Щепеткова И.О. Рекреационная функция пригородной территории	313
Яковлева С.И. Типы рекреационного расселения	319
Donatella Privitera Shopping and tourism dynamics between Italy and Russia	325

ПРЕДИСЛОВИЕ

Географический факультет Пермского университета сегодня – один из крупнейших факультетов подобного профиля. На нем обучается более 1000 студентов и работает более сотни преподавателей. По семи направлениям высшего образования осуществляет деятельность семь кафедр, по трем научным специальностям проводятся защиты кандидатских и докторских диссертаций, ежегодно готовятся десятки книг и периодических научных изданий, действует крупная учебно-научная база студенческих практик в уникальном районе Пермского края, проводятся полевые географические изыскания и фундаментальные исследования, организуются большие экспедиции.

Факультет курирует многие программы социально-экономического развития Пермского края, школьное географическое и экологическое образование в регионе, поддерживает научно-ориентированных учащихся. Факультетская олимпиада «Юные таланты. География» многолетней качественной работой заслужила всероссийское признание и первый федеральный уровень сертификации. Многогранность факультетской жизни выражается в достижениях студенческого спорта и художественной самодеятельности, где ежегодно географы – одни из лидеров. Расширяется волонтерская работа, вовлеченность в общественные дела города и региона. Факультет активно участвует в работе Русского Географического Общества.

Научные конференции разного уровня – обязательный компонент жизни факультета. Более десяти научных форумов в год проводят преподаватели и студенты. Активность наших студентов в научной работе выражается в ежегодных призах и победах на конференциях, конкурсах, олимпиадах, проходящих в университетах России.

Наряду с учебной и научной работой, преподаватели факультета считают важнейшей и воспитательную работу. Они воспитывают студентов как географов и путешественников, ценящих взаимопомощь и трудолюбие, терпение в пути и оптимизм, прививают навыки полевых исследователей и первопроходцев. Часто на собственном примере профессора и преподаватели развивают у будущих географов интерес к народам и культурам, странам и регионам, к иностранным языкам, бережное отношение к природе, прививают любовь к родной стране, Уралу и Прикамью. Одним из стратегических принципов работы факультета всегда был принцип ответственности за регион.

В этом году географический факультет отмечает 60-летие. В 1955 г. осуществлен первый набор студентов на географический факультет Пермского государственного университета. 60 лет факультет существует под таким названием как отдельное подразделение. Однако история факультета еще более длительная и богатая. С 1938 г. работал геолого-географический факультет в Пермском университете, готовивший по географическим специальностям. До этого в 1932 г. в Пермском педагогическом институте, выделенном из Пермского уни-

верситета, образовался естественно-географический факультет, где готовились учителя географии. Факультет пединститута полностью вошел в состав факультета университета в 1955 г. Еще раньше в 1920 г. появился естественно-географический факультет в Уральском государственном университете в Свердловске (Екатеринбурге), который был переведен в Пермь и включен в состав географического факультета Пермского университета в 1955 г.

Научная конференция «География и регион» – не рядовое и не ежегодное научное мероприятие. Это третий подобный научный форум. Он проводится факультетом раз в десять лет, имеет обобщенную тематику и предполагает участие в организации всех его кафедр, издание целых серий научных материалов во многие десятки печатных листов. Как правило, конференция имеет широкую географию участников и высокий авторитет среди географов страны. Первая и вторая конференции (1995 и 2002 гг.) отмечены докладами и участием таких выдающихся ученых и руководителей как Ю.П. Трутнев (ныне вице-премьер правительства РФ), В.В. Маланин (ныне президент Пермского университета), С.Б. Лавров (Президент РГО), Ю.П. Селиверстов (Президент РГО), Н.С. Касимов (ныне академик, первый вице-президент РГО). Конференция собирала известных специалистов практически по всем областям географических наук. В 2002 г. Конференция проводилась одновременно с Совещанием УМО по Экологии и устойчивому развитию в Перми.

В этом году Конференция приурочена к 60-летию факультета и организовывается по нескольким научным секциям всеми кафедрами. Тематика конференции – «География и регион», обозначенная двадцать лет назад, оказалась востребованной временем. Удачность многообразной региональной деятельности невозможна без понимания региона как географического феномена, без прикладных и фундаментальных исследований, которыми богата географическая наука.

Впервые факультет организывает Фестиваль Пермского отделения Русского Географического Общества, который проводится в те же сроки, обогащает Конференцию и позволит полнее познакомиться жителям, прежде всего, Пермского края с современными достижениями в географии.

Мы очень рады вам – участникам Конференции, гостям Фестиваля, благодарны за возможность видеть вас и общаться с вами, очень надеемся на успешную и приятную работу.

Декан географического факультета
Пермского университета

А.И. Зырянов

ТУРИЗМ

УДК 338.48+911.3

МОСКВА В СИСТЕМЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ГОРОДОВ КАК ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

А.Ю. Александрова

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
119991, г. Москва, Ленинские горы, 1, e-mail: analexan@mail.ru

В статье рассматриваются тенденции развития туризма в глобальных городах мира. Раскрываются их особенности в Москве. Обобщен большой объем актуального фактического материала.

Ключевые слова: туризм; глобальный город; Москва; туристские потоки; транспорт; размещение; организация приема туристов; виды туризма.

В настоящее время глобальные города являются ключевыми элементами не только мирового хозяйства, но и системы мирового туризма, одними из основных мест локализации потоков международных туристов. В отличие от столичных и историко-культурных центров глобальные города имеют собственную строгую иерархию. Главный вектор развития мегагорода нацелен на вхождение в «элитный клуб» глобальных центров и повышение клубного рейтинга, что определяет общую стратегию развития туризма в нем.

Москва – единственная городская агломерация Российской Федерации, которая представлена в подавляющем большинстве ведущих рейтингов мегагородов мира, как общих, так и специальных туристских. Это свидетельствует о признании ее глобальным городом (сформировавшимся по одним рейтингам или формирующимся – по другим) и туристской дестинацией. Москва занимает в большинстве рейтингов срединное или незначительно выше среднего уровня положение. Особенно высоки позиции Москвы в двух рейтингах – по Индексу крупнейших мировых авиаузлов MasterCard (10 место в 2014 г.), а также по Индексу глобализации городов мира А.Т. Kearney (17 место в 2014 г.), что во многом определяется культурной привлекательностью столицы. Существенная вовлеченность Москвы во всемирную сеть глобальных городов создает хорошие предпосылки и преимущества для развития международного туризма, в частности въездного, в столице Российской Федерации.

Развитию туризма в Москве присущи, как общие тенденции для глобальных городов, так и специфические.

Тенденция 1. Рост туристских потоков в мире и их концентрация в глобальных городах. Глобальные города концентрируют колоссальные объемы мировых туристских потоков. В 2012 г. первая десятка глобальных городов, наиболее посещаемых туристами, аккумулировала примерно 11% всех международных туристских прибытий в мире. По этому показателю глобальные города сравнимы и даже опережают целые страны и регионы. В 2012 г. такие городские агломерации, как Бангкок (15,82 млн прибытий) и Лондон (15,46 млн) посетили больше туристов, чем регионы Южной Азии (14,6 млн) и Океании (11,9 млн). Поток же международных туристов в Центральную Америку (8,9 млн) сопоставим с оным в Нью-Йорк – 10,9 млн [3]. Для глобальных городов характерны высокие темпы роста туристских прибытий. С 1970 по 2013 г. число туристских прибытий в Париже увеличилось в 3,2 раза [2], в Сингапуре – в 165 раз с 1964 по 2013 г. [5]. В 2000-2013 гг. туристские прибытия в Нью-Йорке возросли на 50% [4]. За тот же период, по данным Мосгорстата, туристский поток в Москву увеличился на 51,4%. По уточненным сведениям Москомтуризма, он составил около 17 млн прибытий в 2013 г. [1], или 30% всего въездного и внутреннего туристского потока в Российской Федерации. *Объем и динамика туристского потока в Москву сопоставимы с другими глобальными городами мира.*

2 тенденция. Сохранение стабильно высокой доли международных туристских прибытий в глобальных городах как политико-экономических центрах наднационального уровня. Статус глобальных городов как наднациональных центров предопределяет особую структуру туристских потоков в них – преобладание международных туристских прибытий над внутренними. Однако некоторые глобальные города представляют исключения из этого правила. Так, в Москве, по последним уточненным данным, преобладают внутренние прибытия (12,3 млн в 2013 г., или 74%) [1]. Структура туристского потока в Москву аналогична Нью-Йорку.

3 тенденция. Изменение территориальной структуры туристских потоков в глобальных городах: к сбалансированности через разнообразие. Для глобальных городов в целом типична очень широкая пространственная структура международного туризма. Ежегодно в Москве регистрируются прибытия иностранных граждан с туристскими целями более чем из 250 стран мира. По данным Пограничной службы ФСБ России, первые три места занимают Китай, Германия и Турция (379,4; 308,3 и 155,4 тыс. прибытий через столичные аэропорты в 2014 г. соответственно). По сравнению с 2013 г. снизилась доля стран Запада (США -16%, Великобритания -10%, Германия -7%,

Франция -6%), но при этом возросла доля безвизовых направлений (Республика Корея +47%, Израиль +14%, Турция +6%, Китай +1%). Кризис дает хороший шанс для усиления позиций Москвы на внутреннем туристском рынке и новых зарубежных направлениях. *Прогнозируется усиление диверсификации туристского потока в Москву.*

Географическая диверсификация въездного туризма является условием и инструментом стабильного развития глобальных городов как туристских дестинаций. Вместе с тем она порождает проблему культурной неоднородности туристских потоков, которая с особой остротой встала в XXI в. и лежит в плоскости общей мировой тенденции к мультикультурализму, нарастанию культурных различий в современном обществе. Все это предопределяет растущее значение дифференцированного маркетинга в продвижении глобальных городов как туристских дестинаций.

Развитие туризма в глобальных городах во многом определяется переменами на транспорте.

4 тенденция. Повышение доступности городских агломераций и рост туристских потоков в них. Повышение доступности глобальных городов, а следовательно их конкурентоспособности как туристских дестинаций, на первом этапе связывалось исключительно с колоссальными инвестиционными вливаниями в транспортную инфраструктуру. *Москва – крупнейший транспортный узел страны.* В ней пересекаются пути пяти видов транспорта, в том числе сходятся 11 железнодорожных лучей, 15 автомагистралей. В городе имеется 9 железнодорожных вокзалов, 5 аэропортов, 3 речных порта. По данным Минтранса России, в границах московского транспортного узла перемещаются более половины всех пассажиров в стране.

5 тенденция. Внутригородской транспорт: от эры автомобиля к эре комфортного передвижения по городу на экологически чистом транспорте. Эта стратегия развития внутригородского транспорта, общая для многих глобальных городов мира, была рассчитана не на одно десятилетие и осуществлялась по нескольким направлениям и в несколько этапов. В Москве она реализована пока лишь отчасти: осуществлен вынос транзитного автомобильного потока на объездные автомагистрали, развивается сеть московского метрополитена как символа городского общественного транспорта и одновременно объекта туристского показа, введена сеть платных парковок в центре города в целях его разгрузки от личного автотранспорта. *Москва имеет хорошую транспортную доступность, но проблемы внутригородского транспортного сообщения являются серьезным фактором, сдерживающим развитие туризма в городе.* Одним из самых

сложных вопросов в развитии городской туристской инфраструктуры является оборудование парковочных стоянок и остановок для туристских автобусов, а также их доступа на выделенные полосы движения общественного транспорта.

6 тенденция. Разнообразие видов транспорта и изменение его функций в сфере туризма. В начале XXI в. Москве, как и во многих других глобальных городах, *благодаря новым (или заново открытым после долгого периода забвения, как велосипед) видам транспортных средств появились особые ниши на туристском рынке и формы туризма по специальным интересам* - экскурсии на велосипедах, сигвеях и пр. С успехом в Москве стартовал проект создания широкой сети проката велосипедов для непродолжительных поездок европейского стандарта. Кроме того, некоторые транспортные средства в Москве сами стали объектом туристского интереса, например даблдекеры “City Sihgtseeng”, ретро-трамваи, речные трамвайчики и т.д. С расширяющимся разнообразием видов транспорта и активным их использованием в сфере туризма приходит понимание того, что общественный транспорт в городе выполняет не только функцию пассажирских перевозок. Он в полной мере участвует в формировании туристского опыта гостей города, совокупности впечатлений и эмоций, которые они получают во время пребывания, а следовательно, отношения посетителя к туристской дестинации.

Особая значимость гостиничной индустрии для всего туристского комплекса предопределяет повышенное внимание к тенденциям ее развития.

7 тенденция. Способность к изменениям и динамичное развитие гостиничной индустрии глобальных городов под влиянием комплекса факторов внутренней и внешней среды. За 13 лет с 2000 по 2013 г. количество гостиничных номеров возросло в Гонконге – в 1,9 раза, в Барселоне – в 2,1 раз. За тот же период в Москве, так же как и в Париже, отмечался рост в 1,1 раза. Общей для Москвы и других глобальных городов мира является *тенденция к более высокому уровню загрузки отелей по сравнению со средними значениями этого показателя в целом по странам их нахождения*. Например, в 2000-2013 гг. в Москве средний ежегодный уровень загрузки составил 50,5%, тогда как по России в целом – 34,3%.

8 тенденция. Структурные изменения гостиничного фонда в глобальных городах: от низкокатегорийных средств размещения к размещению с повышенным уровнем комфортности. Эта тенденция находит особое проявление в гостиничном хозяйстве Москвы. В начале XXI в. город столкнулся с проблемой нехватки гостиничных номе-

ров туристского класса, что явилось одним из главных факторов, сдерживающих развитие классического (неделового) туризма в Москве. Начиная с 2010 г., особое внимание Москомтуризм уделял бюджетным малым средствам размещения и оптимизации структуры гостиничного фонда столицы. Высококатегорийные отели также изыскивали резервы для приема туристских групп, снижая расценки на выходные и праздничные дни. Это позволило московским туроператорам предложить сити-брейки (2-4 дневные туры на уикенд) с размещением в отелях повышенной комфортности, питанием и насыщенной экскурсионной программой в пределах 100 долл. с человека. *Структурные изменения в секторе размещения Москвы отражают тенденцию к диверсификации видов размещения в мегагороде и повышению экономической доступности размещения для массового туриста.*

9 тенденция. Организация приема туристов в городе (реальный прием), с одной стороны, создание и ведение туристского интернет-портала города (виртуальные посещения) - с другой, - две взаимодополняющие стороны одной медали. *В сфере организации приема туристов Москва реализует сценарий догоняющего развития. Например, сеть туристско-информационных центров в Москве появилась в начале XXI в., тогда как в Париже она функционирует с начала 1970-х годов. Международные гостиничные цепи пришли в Москву на 30 лет позже, чем в Париж. Московский туристский портал был создан значительно позднее, чем в Париже (конец 1990-х годов). Однако в последнее время этот разрыв сокращается. В Москве принята Государственная программа «Развитие индустрии отдыха и туризма на 2012-2018 годы». В соответствии с ней выделяется 4 приоритетных направления деятельности в сфере туризма: развитие туристской инфраструктуры; выставочно-ярмарочная деятельность и проведение «знаковых» мероприятий; повышение качества туристского обслуживания; информационно-рекламные мероприятия по продвижению Москвы как туристской дестинации. В результате проводимой большой работы в восприятии широкой аудитории укореняется новый образ Москвы не только как делового центра, но прежде всего классической туристской дестинации.*

Глобальные города обладают широким потенциалом, позволяющим им развивать различные виды туризма.

10 тенденция. Диверсификация видов туризма как условие устойчивости рынка путешествий в глобальных городах. Туристские рынки глобальных городов сильно диверсифицированы. Для глобальных городов Запада типичными являются деловой и культурно-познавательный туризм. Причем одни глобальные города с устойчи-

вым имиджем культурно-познавательных дестинаций (Париж) на настоящем этапе в первую очередь продвигают конгрессно-выставочный туризм, тогда как другие города (Нью-Йорк) выбирают противоположный вектор развития – от делового (при сохранении его значимости) к приоритету «классического» туризма, в частности событийного. Наряду с типичными видами туризма каждый глобальный город, исходя из имеющегося потенциала, развивает специфические его разновидности, например «патриотический туризм» в Нью-Йорке. В последние годы Москва целенаправленно продвигалась от одностороннего позиционирования как делового центра к полифункциональному туристскому направлению. В настоящее время, по мнению экспертов, наибольшее развитие в столице получили культурно-познавательный и деловой туризм. На их долю приходится 71% рынка [1]. *Перспективными сегментами на туристском рынке Москвы являются культурно-познавательный, событийный, деловой, религиозный, образовательный, спортивный, круизный, научный, лечебно-оздоровительный и гастрономический.*

На пути дальнейшего развития туристского рынка Москвы существует ряд сдерживающих факторов, главными среди которых, по мнению столичного турбизнеса, являются: несоответствие цены и качества турпродукта; высокая стоимость гостиничных номеров; недостаточное продвижение турпродукта Москвы; высокий уровень налоговых отчислений; проблемы с парковками; высокая стоимость международных и междугородних транспортных услуг; недостаток гостиниц категории 3*; низкий уровень сервиса; слабый интерес инвесторов к сфере туризма; высокая степень износа основных фондов гостиниц города; недостаток гидов-переводчиков. Решение этих проблем будет способствовать повышению конкурентоспособности Москвы как туристской дестинации и достижению более высоких позиций в международных туристских рейтингах глобальных городов.

Библиографический список

1. Мониторинг туристских потоков на территории города Москвы в 2013-2014 гг. / Составители: Ю. Кислова, А. Казунина, А. Ильющенко, А. Оленич, В. Безматерных. М.: Агентство Маркет Гайд, 2014. 67 с.
2. 40 ans de tourisme à Paris. URL: <http://asp.zone-secure.net/v2/index.jsp?id=1203/1515/15714&lng=fr> (дата обращения: 17.06.15).
3. Aleksandrova A., Rogova S., Sluka N. Miasta globalne w systemie osrodkow turystyki miczyna rodowej // Turystika. Ksiega jubileuszowa w

70. Rocznice urodzin Profesora Stanisława Liszewskiego. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2011. P. 137-151

4. NYC Statistics. Total visitors to NYC 2000-2013. URL: <http://www.nycgo.com/articles/nyc-statistics-page> (дата обращения: 06.07.15).

5. Transcript of Prime Minister Lee Hsien Loong's Speech at Tourism50 Gala Night Cum Singapore Experience Awards on 31 October 2014 at Gardens by the Bay. URL: <http://www.pmo.gov.sg> (дата обращения: 25.06.15).

MOSCOW IN THE GLOBAL CITIES SYSTEM AS TOURISM DESTINATIONS

A.Yu. Aleksandrova

Moscow State Lomonosov University, 119991, Moscow, Leninskie gory, 1,

e-mail: analexan@mail.ru

Trends in the tourism development in the global cities of the world are discussed in the article. The peculiarities of them in Moscow are revealed. The study is based on the analysis of various actual data.

Keywords: tourism; global city; Moscow; tourist flows; transport; hospitality industry; tourism management; types of tourism

УДК 379.85

СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ГОРОДА МАГНИТОГОРСКА

З.В. Аракчеева

Магнитогорский государственный технический университет им.

Г.И.Носова

455000, г. Магнитогорск, пр. Ленина, 38, e-mail: umu@magtu.ru

Данная статья посвящена вопросам организации образовательных туров в городе Магнитогорске в сети туристских агентств. Рассмотрены основные проблемы формирования образовательных туров системой туристских агентств в малых городах, и факторы, препятствующие развитию образовательного туризма и его перспективы в городе.

Ключевые слова: обучение; повышение; туристический продукт; агентства; турагентства; лингвистические центры.

В последние десятилетия, когда элитарный туризм сменился массовым, многие потребители туристических услуг, выбирая между обычным отдыхом и образовательными программами за рубежом, отдают предпочтение обучению, возможности скомбинировать зарубежную поездку с образованием, изучением языка или повышением квалификации.

Российские граждане рассматривают данный вид туризма как выгодную инвестицию в будущее своих детей, в повышение образова-

тельного уровня, успешное трудоустройство, продвижение по карьерной лестнице. Также, образовательный туризм становится более востребованным не только в центральных областях России.

Проанализировав туристический рынок города Магнитогорска, можно прийти к следующему выводу, что среди всех (более 80 турагентств города) образовательными турами, как формой туристического продукта, занимаются такие агентства, как «Вокруг света», «Континент Тревел», «СКМ-ТУР». В основном образовательные туры, предлагаемые турфирмами города Магнитогорска, носят индивидуальный характер, нежели групповой и направлены на развитие языково-образовательных туров. Также, стоит отметить, что многие турагентства готовы рассмотреть индивидуальную просьбу в помощи организации образовательного тура, такой как покупке билета, оформление визы, оформление страховки, действующей на территории другой страны.

Образовательными турами в городе Магнитогорске занимаются в основном турагентства и различные лингвистические центры. В таблице 1 представлены примеры турагентств, которые занимаются предоставлением образовательных туров в городе Магнитогорске.

Таблица 1

Примеры предложений образовательных туров в городе Магнитогорск

	«КонтинентТревел»	«Вокруг света»	«СКМ-ТУР»
Название тура	English in Chester;	Летние курсы в Великобритании;	Great Britain;
Срок пребывания	2 недели; 1 неделя;	От 2х неделю до 2х месяцев;	От 2х недель; От 8 недель (дли-тельные курсы);
Содержание тура	Общий курс англий-ского языка 17+; Общий интенсивный курс английского языка 25+; Бизнес курс англий-ского языка; Каникулярная про-грамма английского языка для подростков 14 – 16;	Основной английский, Стандартный курс; Основной английский, Интенсивный курс; Индивидуальное обу-чение;	Программы для детей; Программы для взрослых (16+); Интенсивный экза-менационный курс;
Информа-ция о туре	В программу входит проживание в семье, экскурсии по г. Чес-тер, Ливерпуль, Ман-честер, Северный Уэльс и т.д (по вы-бору), различные развлекательные мероприятия.	В программу входит культурно-развлекательная дея-тельность 2-ой полови-ны дня –2 часа, прожи-вание в семье, 5-8 экс-курсий.	В программу вхо-дит проживание в семье или прожи-вание в кампусе колледжа, экскур-сии предоставля-ются отдельно.

Проанализировав предложение турфирм города Магнитогорск, можно выделить характерные черты образовательного туризма в городе Магнитогорске:

- Большинство турагентств, настроены на развитие английского, немецкого, турецкого, при помощи языковых курсов. Наименее распространенными являются японский, китайский или арабский;

- Большое количество языково-образовательных туров ориентированы на подростковый возраст (до 18 лет);

- Большинство турагентств и лингвистических центров не предоставляет информации о возможности получения высшего профессионального образования в другой стране. Например, на сайте «Бритиш Клаб» имеется информация о получения высшего образования в Великобритании и подготовительных курсах перед обучением в ВУЗе, но отсутствует список документов и требований к абитуриенту.

Главная особенность подготовки языково-обучающего тура – исключительно индивидуальный подход:

- Школы и учебные программы подбираются для каждого человека с учетом его языкового уровня, образования, возраста;

- Большинство турагентств предлагают для совершенствования английского языка только Великобританию, но например, разработка образовательного тура на Мальте, могла способствовать значительному снижению цен на тур;

- В основном образовательные туры представляются тем, кто проходит обучение в данном лингвистическом центре. Из-за этого на сайтах языковых центрах предоставляется слишком мало информации об образовательном туре;

- Из стран безусловным фаворитом остается Великобритания, отмечают хорошую работу визовых служб британского посольства (до 90% студентов получили визы даже без собеседования) и качество предоставляемых услуг.

Город Магнитогорск имеет население более 400 000 человек. Каждый год из школ выпускается огромное количество будущих студентов, а значит и новых потребителей, что не может не привести к повышению спроса на получение высшего профессионального образования в зарубежных странах. В России существует ряд организация, предоставляющий обучение в зарубежных университетах. В таблице 2 указан результат анализа образовательного тура с целью получения высшего профессионального образования в университетах Китая.

Таблица 2

Высшее образование в Китае

	<i>ITEC</i>	<i>Учеба. ру</i>	<i>Studinter</i>
Город, Университет	Гуанчжоу, Южно-Китайский технологический университет	Гуанчжоу Университет Тинан	Шанхай, Шанхайский университет языка и культуры
Срок пребывания	4 года	4 года	4 года
Цена за один учебный год	3800 дол.	4200 дол	5000 дол
Цена за проживание	2600 дол.	2000 дол	3000 дол
Услуги, входящие в образовательный тур	Помощь в оформлении документов, связь с вузом, представление гарантий	Помощь в оформлении документов, связь с вузом, возможность встретить с аэропорта, предоставление гарантий	Помощь в оформлении документов, связь с вузом, предоставление гарантий

Проведя анализ организаций, предоставляющих высшее образование в зарубежных странах, можно сделать несколько выводов:

1. Многие организации узконаправленны. К примеру, большинство образовательных туров с целью получения высшего профессионального образования осуществляются в крупных городах Китая, таких как Пекин, Шанхай, Гонконг и Гуанчжоу. Хотя исторически образовательные центры в Китае очень развиты в городах Чанчунь, Чунцин, Нанкин и т.д.;

2. На сайте образовательных организаций нет четких ограниченных обязанностей фирмы. Все написано очень поверхностно, от чего у потребителя может сложиться чувство недоверия к фирме, оказывающей образовательную услугу;

3. Также на сайте образовательной организации представлено недостаточное количество информации о зарубежных ВУЗах. К примеру, на сайте ITEC отсутствуют фотографии кампуса, а также фотографии общежития;

4. На сайтах образовательной организации не предоставляется информация о скидках и наличии бюджетных мест. Однако на сайте Южно-Китайского Технологического университета в Гуанчжоу предоставляется информация о бюджетном финансировании для программ бакалавра, магистратуры и докторантуры. Также на сайте есть информация о возможности выиграть грант Китайского правительства или самого университета на обучение, который будет покрывать весь срок обучения с проживанием и ежемесячными выплатами.

При проведении анализа основных образовательных туров города Магнитогорска, были выделены следующие характерные тенденции в развитии современного международного рынка образовательных услуг:

- Рост масштабов рынка и объемов продаж образовательных услуг, международной мобильности студентов, преподавателей и исследователей;

- Интернационализация высшего образования и развитие трансграничного образования;

- Усиление конкуренции и появление новых предложений на рынке международного образования;

- Значительное повышение активности учебных заведений (что особенно заметно проявилось в последние несколько лет);

- Формирование региональных рынков образовательных услуг;

- Разработка новых стратегий экспорта образовательных услуг;

- Слияние академических учреждений или присоединение отдельных институтов в качестве факультетов университетов, создание образовательных кластеров;

- Ускоренный рост международных университетских сетей;

- Повышение роли (и доли) консалтинга и тестирования среди предлагаемых образовательных услуг;

- Повышение внимания к качеству предоставляемых образовательных услуг со стороны различных участников рынка образовательного туризма;

- Создание и развитие сетевых структур, объединяющих различных участников рынка образовательных услуг;

- Характерной чертой образовательного туризма является высокий индекс повторного обращения клиентов с намерением продолжить обучение в том или ином формате, ввиду того, что процесс образования, как и процесс саморазвития, тяготеет к непрерывности и последовательному повышению уровня образованности;

- Переход от массового набора студентов к поиску лучших и талантливых.

К наиболее значимым образовательным тенденциям, способным перевести образовательный туризм в инновационную область деятельности следует отнести: переход к постиндустриальному, информационному обществу и ускорение темпов его развития, определяющие необходимость подготовки людей к жизни в быстро меняющихся условиях; рост значения человеческого капитала, определяющий интенсивное развитие образования; динамичное развитие экономики и структурные изменения в сфере занятости, определяют постоянную потребность в повышении профессиональной

квалификации работников; возникновение и рост глобальных экологических проблем, которые могут быть решены лишь в результате сотрудничества в рамках международного сообщества, что требует формирования современного мышления у молодого поколения; демократизация общества, расширение возможностей политического и социального выбора; значительное расширение масштабов межкультурного взаимодействия, в связи, с чем особую важность приобретают факторы коммуникабельности и толерантности.

Одна из важных тенденций развития современного рынка образовательных услуг связана с трансграничным (или транснациональным) образованием. В соответствии с международными документами под транснациональным образованием понимаются все виды программ высшего образования, комплексы образовательных курсов, или образовательные услуги (включая услуги дистанционного образования), при которых обучающиеся находятся в стране, отличной от той, в которой базируются образовательные учреждения. Отличительной чертой транснационального образования является то, что такие образовательные программы и услуги могут принадлежать к национальной образовательной системе, отличной от образовательной системы страны, в которой подобные программы и услуги предлагаются, и даже вовсе быть независимыми от какой-либо национальной образовательной системы.

Л.С. Данилова, отмечает, что развитие трансграничного образования явилось следствием того, что высшее образование во многих странах становится массовым, расширяется сфера использования информационных и сетевых технологий, получила признание идея развития экономики, основанной на знаниях, увеличилась интернационализация рынка труда и потребность в квалифицированной рабочей силе, все большее число частных фирм начинает предоставлять образовательные услуги, в том числе на международном рынке образовательных услуг.

Редактор журнала «Исследования в международном образовании» В.Л. Погодина в качестве новой тенденции в международном образовании выделяет переход от массового набора студентов к поиску и приглашению лучших и талантливых. Обучение в этом случае является только первой ступенью по вовлечению нового поколения ученых в экономику принимающей страны. Задачу привлечения талантливых иммигрантов в наукоемкие сектора экономики через образование ставят перед собой все развитые страны. В США для поддержки инновационной экономики требуется, по мнению специалистов Центра исследований высшего образования Калифорнийского Университета (Беркли), удвоить количество иностранных студентов к

2020 г. Япония пересмотрела аналогичную цифру для себя в сторону ее тройного увеличения, не менее амбициозные планы и у других конкурентов. Как отмечает В.А. Квартальнов в статье «. Современные особенности туризма как научного познания и исследований», развитие экономики знания связано с обеспеченностью специалистами, особенно в области точных наук, инженерного дела и математики. Рост числа докторантов в США в последние годы обеспечивался притоком талантливых молодых ученых из Китая, Индии, Южной Кореи и Тайваня, составлявших не менее 20 % от числа докторантов США.

Среди актуальных тенденций развития международного образования следует выделить формирование региональных рынков образовательных услуг. В последнее время все активнее объединяют свои образовательно-исследовательские усилия страны Юго-Восточной Азии. В декабре 2010 г. состоялась первая конференция стран АСЕАН по теме «Исследовательские кластеры в сфере высшего образования» (Higher Education Research Clusters). Было принято решение о том, что первые три кластера будут специализироваться в вопросах здравоохранения и медицины; координирующими эти кластеры странами станут Сингапур и Таиланд. Еще два кластера (сельское хозяйство и пищевая промышленность) будут приоритетно управляться с участием исследовательских центров Малайзии, Таиланда и Вьетнама. Странами-координаторами кластеров в области энергетики и биологических исследований станут Филиппины и Индонезия. Таким образом, лучшие исследовательские коллективы из соответствующих стран будут отвечать за максимизацию эффекта научно-педагогической работы всего общества.

Образовательный туризм рассматривается как феномен интеграции образования и туризма через организацию туристско-образовательной деятельности для достижения целей и задач, определяемых учебными программами и направленными на становление и развитие личностно-значимых качеств, которые проявляются при формировании универсальной, общепрофессиональной и профильно-специализированной компетентностей. Образовательный туризм в Магнитогорске развит на начальном уровне и представляет собой услугу по организации обучения в другой стране, но не туристическую услугу. Причиной этому может быть то, что образовательному туризму присуждается ни столь важная роль в образовании и становление личности ученика. Туристская образовательная деятельность является обязательным компонентом комплекса педагогических средств, нацеленных на формирование профессионально-значимых компетенций, а также выстроена и организована средствами туризма образовательная среда, обеспечивающая интеграцию компонентов компетентности.

Библиографический список

1. Кусков, А.С. Рекреационная география/ А.С. Кусков, В.Л. Голубева, Т.Н. Одинцова. – М.: Флинта, 2005. 493 с.
2. Третьякова, Т.Н. Инновации в туризме/ Т.Н. Третьякова. Челябинск: Изд-во УралГУФК, 2009. 180 с.

MODERN EDUCATIONAL MARKET OF TOURIST SERVICES OF THE CITY OF MAGNITOGORSK

Z. V. Arakcheeva

Magnitogorsk state technical University. G. I. Nosova,
455000, Magnitogorsk, Lenin Ave., 38, e-mail: umu@magtu.ru

This article deals with the organization of educational tours in the city of Magnitogorsk in the network of tourist agencies. The main problems of formation of educational tours, the tourism agencies in small towns, and the factors hindering the development of educational tourism and its prospects in the city.

Keywords: learning; enhancement; tourism product; Agency; travel agencies; linguistic centers.

УДК 379.85

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В ОБЛАСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

С.М. Васина

Поволжский государственный технологический университет,
424000, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина 3, e-mail: sveta.5.73@mail.ru

В сообщении рассматриваются вопросы государственного регулирования в области продвижения регионального туристского продукта на примере республики Марий Эл. Дается анализ и оценка различных направлений деятельности Комитета по туризму республики Марий Эл, отмечается положительная динамика развития туристской сферы в представленном регионе.

Ключевые слова: туризм, государственное регулирование, Комитет республики Марий Эл по туризму, продвижение.

Российские территории имеют высокий потенциал роста в туристской сфере. Разнообразие форматов дестинаций позволяет российским территориям создавать уникальные туристские продукты, которые могут конкурировать с известными зарубежными аналогами. Наличие в России климатических, культурных, исторических и событийных ресурсов позволяет формировать привлекательное для потребителя предложение, которое может быть доступным по стоимости, приемлемым по качеству и объемным по количественным возможностям.

Однако в настоящее время наблюдается достаточно низкий уровень маркетинговой и имиджевой политики регионов, препятствующей полной реализации имеющегося потенциала [1].

В ряде регионов Российской Федерации в последние годы наблюдается активное развитие туристской составляющей: формируется инфраструктура, появляются интересные и оригинальные объекты туристского показа. К таким регионам, безусловно, относится республика Марий Эл. В последние годы в республике Марий Эл туризм признан одним из приоритетных направлений социально-экономического развития [4].

Уникальные природные условия, строительство в республике новых объектов культуры и искусства, спортивных сооружений, развивающаяся инфраструктура и городская архитектурная среда становятся стабильной основой для развития внутреннего и въездного туризма в нашем регионе.

Приоритетные направления по развитию туризма в республике Марий Эл, реализуются в рамках государственной программы республики Марий Эл «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2014-2020 годы», утвержденной постановлением Правительства республики Марий Эл от 31 декабря 2013 г. Государственная программа является основным нормативно-правовым документом, регулирующим развитие сферы туризма в регионе. Основными целями реализации программы являются обеспечение устойчивого развития сферы туризма в республике Марий Эл и интеграция туристских продуктов республики Марий Эл на внутренний и мировой туристские рынки.

Задачи по продвижению регионального туристского продукта республики Марий Эл являются одними из приоритетных задач государственной программы и входят в реализацию раздела 4 «Продвижение туристских ресурсов Республики Марий Эл на мировой и внутренний туристские рынки» подпрограммы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Марий Эл» [3].

Первым направлением государственной политики является работа по продвижению регионального туристского продукта и интеграции туристских ресурсов республики в создаваемые межрегиональные туристские кластеры, в том числе в рамках туристских брендов «Земля мари. Наследие, рожденное природой», «Великая Волга» развиваются такие туристские направления, как сельский, экологический, культурно познавательный, этнический, образовательный, спортивный туризм.

В целях привлечения средств федерального бюджета для развития туристской инфраструктуры Республики Марий Эл впервые подготовлены и представлены в Федеральное агентство по туризму две за-

явки, предусматривающие создание туристско-рекреационных кластеров – «Царь-град» (г. Йошкар-Ола) и «Волгыдо» (побережье р. Волги) в рамках второго этапа федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Проекты Республики Марий Эл определены в качестве приоритетных. Общий объем инвестиций, привлекаемых в рамках создания кластеров, составит более 4 млрд рублей [2].

В рамках реализации федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» Комитетом Республики Марий Эл по туризму совместно с Федеральным агентством по туризму на территории Республики Марий Эл с 3 по 6 июля 2014 г. проведен Фестиваль-презентация туристских ресурсов «Малые города России». Впервые этот проект был определен Ростуризмом в качестве приоритетного среди проектов регионов Российской Федерации и получил федеральное финансирование. Фестиваль-презентация туристских ресурсов «Малые города России» поддержан в рамках реализации «Проведение работ и оказание услуг, связанных с внедрением инновационных технологий по продвижению туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках» ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» [2]. Данное мероприятие имело большое значение с точки зрения повышения узнаваемости региона и повышения туристской привлекательности на общероссийском уровне.

Важным направлением деятельности Комитета является мероприятия по информационному обеспечению развития туризма в республике Марий Эл. Так начата подготовка к внедрению единой унифицированной системы туристской навигации, в частности созданию системы дорожных указателей к объектам культурного наследия и туристской инфраструктуры, в том числе в г. Йошкар-Оле. По состоянию на 1 января 2015 г. в Горномарийском муниципальном районе республики Марий Эл установлены 48 указателей к объектам культуры и туристской привлекательности [2].

В 2013 году были выпущены туристская карта г. Йошкар-Олы с указанием объектов туристской привлекательности и новых достопримечательностей (тираж 20 тыс. экз.), паспорт туриста «Йошкар-Ола» (2 тыс. экз.) и паспорт туриста «Козьмодемьянск» (1 тыс. экз.) [2].

Совместно с Министерством культуры, печати и по делам национальностей Республики Марий Эл подготовлен и выпущен путеводитель по г. Йошкар-Оле «Йошкар-Ола – чудесный город» общим тиражом 1,5 тыс. экземпляров.

В 2014 г. информация о туристско-рекреационном потенциале Республики Марий Эл в области санаторно-оздоровительного туризма была опубликована в специализированном профессиональном издании для турагентств и туроператоров «Туризм: практика, проблемы, перспективы» [2].

Совместно с ООО «Аппреал» (г. Москва) осуществлялась подготовка материалов для создания цифрового (мобильного) специализированного интерактивного приложения для смартфонов iPhone (путеводитель по республике Марий Эл). Информация о республике опубликована в приложении TopTripTip.

В 2014 г. при поддержке Комитета Республики Марий Эл по туризму российским познавательным телеканалом «МОЯ ПЛАНЕТА» создан документальный фильм о Республике Марий Эл «Кова-влак. Лесные знахарки» из цикла «Люди силы» [2].

Еще одним направлением в деятельности Комитета по продвижению регионального турпродукта является активное использование Интернет-технологий. Информация о туристском потенциале Республики Марий Эл размещается на официальном портале в разделе «Туризм в Марий Эл»: <http://portal.mari.ru/>.

На портале www.visitola.ru сосредоточена необходимая информация о Республике Марий Эл и ее столице – г. Йошкар-Оле. Сайт создан с целью повышения количественных и качественных показателей в сфере туризма и отдыха города Йошкар-Олы и республики в целом.

С целью активного продвижения туристских ресурсов Республики Марий Эл и города Йошкар-Олы создан аккаунт в социальных сетях Вконтакте, Фейсбук, Инстаграм.

Таким образом, можно отметить, что краткий анализ основных направлений деятельности Комитета республики Марий Эл по туризму в области продвижения регионального турпродукта позволяет говорить об активной государственной политике в данном направлении и использовании различных возможностей для повышения узнаваемости и создании привлекательного образа республики в российском туристском пространстве.

Библиографический список

1. Арахамия И. В., Залунина Н. Б., Иванов А. В., Писаревский Е. Л. Теория и практика продвижения туристского продукта: обеспечение качества и безопасности услуг объектов туристской индустрии (методическое пособие) / под общ. ред. Е. Л. Писаревского. – М.: Издательство «Юрист», 2011. – 318 с.

2. Комитет Республики Марий Эл по туризму. Официальный сайт. URL: <http://portal.mari.ru/> (дата обращения 11.06.2015)

3. Постановление Правительства Республики Марий Эл от 31.12.2013 № 450 «О государственной программе Республики Марий Эл «Развитие туризма в Республике Марий Эл на 2014 - 2020 годы» // Официальный портал Правительства Республики Марий Эл. URL: <http://mari-el.gov.ru/> (дата обращения 17.05.2015).

4. Справочник «Инвестиционные возможности Республики Марий Эл». // Официальный портал Республики Марий Эл. URL: <http://mari-el.gov.ru/> (дата обращения 20.06.2015).

STATE REGULATION OF TOURISM PRODUCT PROMOTION IN THE REPUBLIC OF MARI EL

S.M. Vasina
Volga State University of Technology,
424000, Yoshkar-Ola, pl. Lenina 3, e-mail: sveta.5.73@mail.ru

The report addresses issues of state regulation in the field of promotion of the regional tourism product by the example of the Republic of Mari El. The analysis and evaluation of the various activities of the Tourism Committee of the Republic of Mari El, positive dynamics of development of the tourism sector in the region represented.

Keywords: tourism, government regulation, the Committee of the Republic of Mari El on tourism promotion.

УДК 338.48+911.3

КАМЕНЬ ЕРМАК. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ АТТРАКТИВНОСТИ ТУРИСТСКОГО ОБЪЕКТА

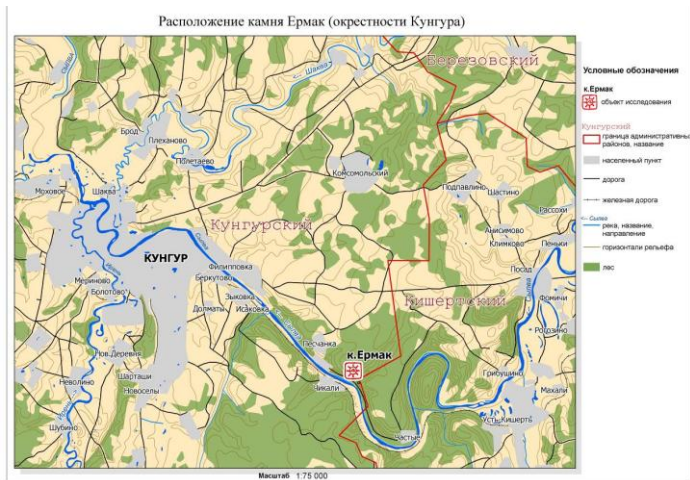
А.П. Ведерников

Пермский государственный научно-исследовательский университет,
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, e-mail: alex.ved@mail.ru

Статья посвящена возможностям продвижения туристского объекта. Рассматриваются различные маркетинговые варианты повышения узнаваемости, популярности и, как следствие, увеличения посещаемости камня Ермак (Пермский край)

Ключевые слова: туризм; аттрактант; рекреация; продвижение; экскурсия; концепция образа.

Расположенный на берегу реки Сылва камень Ермак является уникальным туристским объектом Пермского края. Это и место тренировок скалолазов и альпинистов, и место стоянок для туристов, сплавляющихся по реке Сылва, а так же экскурсионных групп, путешествующих по Кунгурскому району (рис.).



Расположение объекта Ермак

Цель данной статьи – выработать рекомендации по маркетинговому продвижению территории с целью повышения посещаемости, привлечения внимания властей и частного капитала, развития туристской инфраструктуры.

Сразу стоит обозначить одну немаловажную особенность: территория имеет статус памятника природы регионального значения, входит ландшафтный заказник «Предуралье». С самого момента организации особо охраняемой территории и придания ей статуса заказника возникли противоречия между охраной природы и организацией туризма. Проблема в том, что скала Ермак и территория, ее окружающая, являясь важным и популярным туристским объектом Пермского края, не имеет концепции туристско-рекреационного использования. Это приводит к тому, что развитие туризма, состояние ландшафта и экологическая ситуация не соответствуют высокому потенциалу природного объекта. Возрастающая рекреационная нагрузка наносит ущерб охраняемой территории, а запретительные природоохранные меры мешают развитию туристского потенциала. Это противоречие может быть разрешено только совместными усилиями соответствующих контролирующих органов и заинтересованных в продвижении объекта сторон.

Продвижение позволяет повысить информированность о территории, создать притягательность и привлекательность сосредоточенных на территории ресурсов, условий жизнедеятельности и деловой активности. Главной задачей здесь становится формирование положи-

тельного имиджа территории на основе исторически сложившихся положительных сторон территории, природных факторах или создаваемых в настоящем времени привлекательных черт. Важно добиться значительного эффекта коммуникаций, то есть изменений в знаниях, установках и поведении получателя информации.

Основными средствами (инструментами) маркетинговых коммуникаций продвижения данной территории могут быть:

1. Создание концепции, образа (имиджа) объекта.
2. Собственно реклама.
3. Проведение тематического события на объекте с целью временного привлечения большой массы людей.
4. Всесторонняя поддержка органов административного управления на всех этапах продвижения территории.

Объект «Ермак», как уже было выше сказано, место популярное среди узкой группы населения – любителей активного отдыха, скалолазов и т.п. Поэтому основные маркетинговые ходы должны быть направлены на такие категории граждан как: школьные группы, городская и сельская молодежь, семьи с детьми.

Рассмотрим, для примера, создание образа и рекламу как средства продвижения территории.

1. Создание концепции образа – необходимый начальный этап.

Здесь надо выделить главные особенности. В нашем случае, камень Ермак имеет несколько аттрактивных (с точки зрения рекламы и продвижения) факторов:

– **Ландшафтно-биологический**, эстетический. (Живописный ландшафт, вид на долину реки, лес и т.д.).

– **Научно-познавательный**, просветительский. (Миру известен Пермский геологический период, скальные останцы камня Ермак – его природная иллюстрация).

– **Культурно-исторический**. (Значительную роль в освоении и заселении этих мест сыграл поход Ермака в Сибирь и разгром Сибирского ханства. Археологи находят русские захоронения и находки оружия и бытовых предметов XVI-XVII вв. при раскопках в окрестностях Кунгура. История похода Ермака в Сибирь может быть представлена на маршруте).

– **Спортивно-туристический**. (Еще с 50-60 х гг. прошлого века камень Ермак является местом притяжения любителей активного отдыха и спортсменов-скалолазов и альпинистов).

Очень большую роль в привлекательности объекта играет и транспортная доступность, но в части маркетингового продвижения

этот фактор является вспомогательным, так как не может быть основным рекламным акцентом.

Представим средства создания образа территории:

– Необходимо привлечение специалистов-дизайнеров для создания **логотипа**. Такая форма имиджевого представления должна легко и однозначно читаться, запоминаться, быть оригинальной и достаточно простой. Логотип может быть в виде схематичного изображения скалы, например, может быть с историческими элементами (в пермском зверином стиле, например), использовать образ Ермака и т.п.

– Также, одной из форм образа может являться **слоган**. Это короткая фраза (желательно, до 5 слов), которая кратко, четко и емко характеризовала бы тот имидж, который мы хотим продвигать. Например, «Ермак – гордость Урала», где есть ассоциация и об объекте и об исторической личности.

– **Рекламный текст** – тоже важная составляющая образа, в нем могут содержаться какие-то ключевые слова или фразы, которые могут в последствие ассоциироваться с объектом и положительно влиять на восприятие.

– **Видеоролик** – очень мощный инструмент продвижения. В связи с тем, что в настоящее время высока просматриваемость небольших анимационных роликов в глобальной сети, на наш взгляд было бы весьма эффективно использовать Интернет и его ресурсы видео-сервисов, социальные сети и т.п. Видеоряд должен быть насыщен и быть не очень длинным (3-4 минуты).

– Также можно привлечь музыкантов в написании **песни** о Ермаке на взаимовыгодных условиях – от них текст и аранжировка, от заказчика – запись на студии и снятие клипа, который и станет этим самым видеороликом. Еще лучшим рекламным ходом может быть **конкурс** на лучшую песню о Ермаке на уровне Пермского края, тем самым, одновременно, заинтересовывая широкие круги населения и получая результат в виде такого творческого продукта.

– Создание **сайта** в сети Интернет. Это постоянный ресурс, который требует некоторых затрат на создание и содержание. Здесь отображается любого вида информация в определенном дизайнерском стиле. Очень важно грамотное оформление сайта, сохранение поддерживаемого образа.

– Создание Интернет-**блога** об объекте. Это может быть учетная запись в популярных соцсетях, форумах и так далее. Такое средство совсем не требует затрат, только нужно ответственное лицо по посто-

янному информационному заполнению и продвижению материалов в Сети.

2. Реклама.

В нашем случае, это комплекс способов продвижения образа объекта в широкие массы.

Из всех средств рекламы, применительно к нашей территории подходят:

- Реклама в газетах и журналах – здесь понадобится рекламный текст, логотип и слоган. Этот тип рекламы относительно недорогой и нацелен на определенную аудиторию. Нужно учитывать социальные особенности читателей и, соответственно, составлять текст.

- Телевидение и радио. Самый дорогостоящий вариант, зато охватывает население очень широко. В этом случае эффективно использовать видеоролик или специальный новостной репортаж (что тоже несет определенные затраты).

- Интернет. В современном мире, пожалуй, один самых эффективных способов продвижения. Затраты могут варьироваться от довольно больших (создание хорошего сайта и продвижение его в популярных поисковых системах и т.д.) до совсем их отсутствия (различные бесплатные ресурсы, социальные сети, форумы). Необходимо наличие модератора – специалиста, занимающегося постоянным обновлением, пополнением и продвижением ресурса.

- Почтовая рассылка (в том числе средствами электронной почты). Имеет смысл воспользоваться при рекламировании событийного мероприятия (например, торжественного открытия или фестиваля), тогда будет выглядеть как приглашение, в других случаях подобный способ может встретить неприятие, и восприниматься как назойливая агрессивная реклама или спам.

- Прочие средства рекламы: наружная реклама, реклама на транспорте, рекламные сувениры и подарки, издание справочников и карт и др.

Наружная реклама предполагает щиты, аншлаги, растяжки. На них располагается слоган, логотип, рекламный текст. Важно, чтобы текста было не очень много, он должен хорошо читаться и быть в общем цветовом и символическом стиле. Располагать такую рекламу имеет смысл в Кунгуре, краевом центре – г. Перми, других крупных административных центрах края.

В качестве сувенирной продукции могут быть футболки, кружки, ручки, блокноты и т.д. с напечатанным логотипом. Такая продукция может сама себя окупить, так как ее можно реализовывать в точ-

ках туристского сервиса, например у гостиницы Сталагмит, Кунгурской Ледяной Пещеры.

Создание экскурсионных продуктов на территории для привлечения интереса общественности (например, велотуров к Ермаку от гостиницы Сталагмит).

В целом, содержательное наполнение рекламы должно преследовать достижение трех важнейших задач рекламы:

- Информирование о территории и формирование на этой основе необходимых знаний,

- Убеждение людей в предпочтительности данной территории, то есть активизация у потребителей сильных эмоциональных стимулов к посещению.

- Напоминание о территории, поддержание положительных эмоций у тех, кто уже побывал там.

Необходимо также учитывать, что рекламная продукция, неправильно оформленная с точки зрения маркетинга, (например, не ясна целевая аудитория, не сформирована содержательная часть послания, представлены несоответствующие зрительные образы и ряд других неточностей), может не только стать неэффективной, но и иметь отрицательные последствия. В результате, ограниченные денежные средства бюджетов будут потрачены впустую или даже в разрез с целями развития территории.

Библиографический список:

1. Голубков Е.П. Основы маркетинга. М.: Изд-во «Финпресс», 1999.

2. Сондер М. Ивент-менеджмент, М., 2006.

3. Разработка концепции туристско-рекреационного использования природных объектов: камня Ермак, камня Межевой и прилегающих территорий, ПГНИУ, Пермь, 2014.

4. Вестник Пермского университета. 2000. Вып. 3: Заказник «Предуралье».

ERMAK STONE. WAYS TO IMPROVE TOURIST OBJECT ATTRACTIVITY.

A.P. Vedernikov

Perm State Research University. Perm, Bukireva, 15, e-mail: alex.ved@mail.ru

The article is devoted to the possibilities of tourist object promoting. There are different ways to enhance awareness, popularity and, consequently, an increase in attendance of Ermak stone.

Key words: tourism; attractant; recreation; promotion; excursion; conception of the image.

**ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННАЯ СИСТЕМА
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ:
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ**

Т.А. Волкова, А.А. Мищенко

Кубанский государственный университет
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149,
e-mail: mist-next4@inbox.ru

Одной из доминирующих и быстро развивающихся отраслей экономики Краснодарского края является туристическая отрасль. В 2014 г. туристическая отрасль края вошла в тройку лидеров по приросту налоговых отчислений. По числу санаторно-курортных предприятий и их общей вместимости ведущее место в Краснодарском крае занимает санаторно-туристический комплекс Азово-Черноморского побережья. На сегодняшний день, факторы макро- и микроэкономики благоприятствуют увеличению туристического потока в Краснодарский край, а соответственно и увеличению налоговых отчислений в краевой и федеральный бюджеты, благодаря чему выделяются средства на развитие отрасли и реализацию новых проектов.

Ключевые слова: туристическая отрасль, санаторно-туристический комплекс, Краснодарский край, инвестиционные проекты, туристский поток, курортный продукт.

Краснодарский край обладает богатейшим рекреационным потенциалом и уникальными природными лечебными ресурсами. Два теплых южных моря и более тысячи километров пляжей, снежные вершины гор и заповедные леса, уникальные памятники природы и истории, архитектуры и археологии предопределили судьбу края как одного из главных курортов России.

Санаторно-курортный и туристический комплекс Краснодарского края является крупнейшим в Российской Федерации и представляет собой совокупность санаторно-курортных организаций, гостиниц, специализированных и индивидуальных средств размещения, туристских и экскурсионных фирм, объектов инфраструктуры, объектов туристского показа, а также органов управления курортами [1].

Туристско-рекреационная отрасль привлекает миллионы туристов неординарным сочетанием отдыха на морском побережье или в горах с оздоровительными процедурами и лечением посредством широкого применения целебных грязей и местных минеральных вод. На территории нашего региона функционирует большое количество предприятий, предоставляющих широкий ассортимент туристических и рекреационных услуг: свыше 1300 предприятий санаторно-курортного комплекса и туризма, 187 детских оздоровительных лагерей, 600 тур-

фирм, 139 кемпингов, 800 оздоровительных организаций, более 460 объектов туристического показа и др.

В 2014 г. туристическая отрасль края вошла в тройку лидеров по приросту налоговых отчислений. По оценке Министерства курортов и туризма Краснодарского края, регион принял на сентябрь 2014 г. более 13 млн туристов, что на 1,4 млн человек больше, чем за аналогичный период 2013 г. (11,6 млн туристов).

Общий объем услуг, оказанных предприятиями туристической отрасли (размещение, питание, экскурсионные услуги и др.) за последние 5 лет данный вырос на 40%. По мнению экспертов отрасли, серьезный положительный рост демонстрируют инвестиционные вливания в данный сегмент экономики, только за 2013 г. объем вложений составил свыше 51,4 млрд руб., что практически в 10 раз больше, чем в 2008 г. (5,7 млрд руб.).

По числу санаторно-курортных предприятий и их общей вместимости ведущее место в Краснодарском крае занимает санаторно-туристический комплекс Азово-Черноморского побережья, составляющий 76% от всех туристических и санаторно-курортных организаций края, а по числу мест в них – 89%, по числу отдохнувших в них туристов – 93%. Доля организаций, относящихся к гостиничному бизнесу – 31%, а количество мест в них – 67%.

Одно из центральных мест в комплексе услуг, конечно же, принадлежит размещению, предоставляемому отдыхающим во время путешествий, что является неотъемлемой частью каждого тура.

Несомненно, функционирование туристической отрасли Краснодарского края характеризуется сезонностью. Так, в течение 3-х летних месяцев на курортах края отдыхает более 80% туристов, при этом 40% из них приходится на август, что только усиливает нагрузку на курортную инфраструктуру в данный период. И только лишь малая часть туристов – 11,2%, прибывает на курорты Азово-Черноморского побережья в остальные месяцы, помимо летних. Вследствие этого, в целях дальнейшего развития санаторно-курортного и туристского комплекса региона, увеличения ассортимента и объемов предоставляемых услуг и числа отдыхающих, необходимо использовать механизм продвижения курортного продукта в направлении лечения и оздоровления на курортах Краснодарского края в межсезонье, а также создание и продвижение новых туристических объектов, развития зимних горнолыжных курортов, активное проведение различных культурных и спортивных мероприятий, развитие направлений делового туризма. Заполняемость предприятий санаторно-курортной отрасли в

разгар сезона составляет 74%, в т. ч., по основным рекреационным территориям края – 85,5% [2].

В 2014 г. самым популярным направлением внутреннего туризма был признан Краснодарский край, где лидеры по приему туристов – Сочи, Геленджик и Анапа.

Для увеличения количества отдыхающих в 2014 г. в Анапе было предпринято открытие светомузыкального фонтанного комплекса на Свято-Осиевской площади, где каскад из пяти поющих фонтанов стал новой достопримечательностью города. Также в этом году в Анапе прошло более 30 фестивалей и свыше 600 спортивных мероприятий; помимо этого, к имеющимся двенадцати объектам туристического показа добавились еще пять: гончарная мастерская, парк вина и развлечений, туристический комплекс под открытым небом, «винный дом» Яниса Каракезиди и страусиное хозяйство.

Не менее радужная атмосфера наблюдается и в Геленджике, где, также как и в Анапе, годовой прирост внутреннего туристического потока в 2014 г. составил более 20%. На начало осени общее количество туристов, отдохнувших в Геленджике составило 3,7 млн туристов (причем 29 тыс. из них – дети со всей России), и это еще не предел, так как туристический сезон 2014 г. еще продолжается. Для всех гостей и жителей курорта в этом году в Геленджике были открыты: новый дельфинарий, музей ретроавтомобилей и «Деревянный город»; продолжают развиваться «Сафари-Парк», «Старый парк» и исторический комплекс «Михайловское укрепление»; специально для джипперов открыли новый туристический маршрут, который проходит через село Адербиевка, горы Лысая и Шархан.

После XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских игр 2014 г. многообещающий регион Большого Сочи, также показал хороший рост – 76%, что произошло за счет загрузки уже раскрученных на туристическом рынке объектов размещения и значительного увеличения маршрутного ассортимента по данному региону. Но рост внутреннего туристического потока в район Большого Сочи (около 15%) оказался не таким, как планировали его власти Краснодарского края. Предполагалось, что в течение курортного сезона 2014 г., общее количество туристов, отдохнувших в районе Большого Сочи, составит более 5-6 млн туристов, но картина оказалась не такой уж радостной. В конце лета, департаментом комплексного развития курортов и туризма Краснодарского края было объявлено, что Сочи в этом году принял порядка 2,5 млн туристов, которые с трудом заполнили номерной фонд курорта. Для увеличения турпотока уже в ходе туристического сезона отели, построенные для Олимпиады, формировали очень

привлекательные специальные предложения, пакеты «все включено» и акции, которые активно продавались с июля месяца, что позволило привлечь на курорт новых отдыхающих.

Наблюдается увеличение туристического потока в Туапсинский и Темрюкский районы, в основном за счет средств размещения, предлагающих услуги в различных ценовых сегментах от экономичного уровня до уровня пяти звезд [3,4].

Следует отметить, что в 2014 году значительно выросло количество зарубежных гостей, посетивших Кубань – в 10 раз, достигнув более полумиллиона человек. Такого значительного роста иностранных туристов, несомненно, удалось добиться благодаря проведению XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских игр 2014 г. в Сочи. Данное мероприятие мирового значения, бесспорно, позволило городу-курорту Сочи внести самый большой вклад в краевой бюджет в текущем году. Еще большее количество иностранных туристов в Краснодарский край планируется привлечь путем включения города-курорта Сочи в число российских городов, в которых будет разрешен безвизовый въезд на срок не более 72 часов.

Можно сделать вывод, что во многом увеличению туристического потока в Краснодарский край в этом году способствовали XXII Олимпийские зимние игры и XI Паралимпийские игры 2014 г. в Сочи, однако, и другие международные спортивные и культурно-массовые мероприятия, например как российский этап «Гран-При Формулы-1» и др., также повлияли на его увеличение. Несомненно, большому притоку туристов послужила сложная ситуация на Керченской переправе, где из-за многодневных заторов туристы предпочитали отдыху в Крыму – курорты Краснодарского края. Свою роль сыграли и введенные против РФ санкции со стороны ЕС и США, что значительно затруднило получение виз для граждан нашей страны. Следует отметить, что на увеличение туристического потока в наш регион оказало влияние и повышение курса валют, вследствие чего, сбережения многих туристов оказались недостаточными для путешествия за границу. Значительную роль сыграло и банкротство крупных российских туроператоров, что лишило множество русских туристов отдыха за границей, а некоторых подвигло на отдых внутри страны.

В настоящее время в Краснодарском крае реализуется около 250 крупных инвестиционных проектов общей стоимостью более 1 трлн руб. Инвестиционное развитие Краснодарского края на период до 2025 г. связано с усилением позиций таких отраслей как агропромышленный, курортно-туристский, строительный и транспортно-логистический комплексы.

Горноклиматический курорт Лагонаки в Апшеронском районе получил статус туристско-рекреационной особой экономической зоны, как ожидается, данный курорт должен стать собственным узнаваемым брендом края, способствующим продвижению его на мировой туристический рынок и повышению инвестиционного рейтинга Краснодарского края.

В пилотную федеральную программу социально-экономического развития агломераций попал г. Сочи, ее реализация рассчитана на 25-30 лет. Главная идея программы – разбить город на 8 туристических кластеров. По данным разработчиков проекта, сейчас в Сочи выделяются два урбанизированных района (Сочи и Адлер), а остальные требуют развития. На данный момент Сочи представляет моноцентричную агломерацию, то есть в основном все необходимые объекты расположены в центре, что вынуждает и жителей, и гостей тратить на дорогу много времени. Это неудобно, а также возрастает дополнительная нагрузка на инфраструктуру и экологию. Предлагается сделать курорт полицентричным, разбив его на восемь кластеров.

Еще к одному очень перспективному проекту намерена приступить компания ООО «РеалКом Портал» (Санкт-Петербург), которая намеревается построить модный молодежный курорт «PortOle!» для активного и экстремального отдыха на Тамани. Концепция проекта – летний отдых без детей. Компания планирует построить курортный поселок на Азовском побережье Краснодарского края в 30 км от Крыма на участке площадью 168 га. Сроки открытия курорта в три очереди: 2017 - 2019 гг. Планируется, что курорт «PortOle!» сможет работать и как отельный комплекс с размещением в формате полупансиона (с емкостью 70 тыс. человек в год), и как парк летних развлечений с однодневным посещением (более 400 тыс человек в год). Проект ориентирован на аудиторию 18–35 лет. Объем инвестиций в проект оценивается в 6,75 млрд руб.

В Геленджике планируется реализовать проект гостиницы в составе спортивного комплекса «Атлант», расположенного в Северном микрорайоне г. Геленджика, площадью более 1,2 тыс. кв.м. По оценкам ряда экспертов, разница в курсе валюты, проблемы туроператоров и общая беспокойная политическая ситуация в мире приведет к еще большему увеличению турпотока в Краснодарский край, что может повысить привлекательность подобных инвестпроектов.

На сегодняшний день, факторы макро- и микроэкономики благоприятствуют увеличению туристического потока в Краснодарский край, а соответственно и увеличению налоговых отчислений в краевой и федеральный бюджеты, благодаря чему выделяются средства на раз-

витие отрасли и реализацию новых проектов. Активно привлекаются инвестиции из других субъектов Российской Федерации и из-за рубежа, в настоящее время в крае реализуется около 250 крупных инвестиционных проектов общей стоимостью более 1 трлн руб. Краснодарский край каждый год доказывает, что он сильный, стабильный и безопасный регион в инвестиционном плане, который стремится стать лучшим курортным регионом России и соответствовать самым лучшим курортам мира.

Библиографический список

1. *Путеводитель инвестора* Краснодарский край, 2014 [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовый дан. – Режим доступа: <http://www.pwc.ru>. – 04.10.2014.
2. *Официальный сайт* Департамента комплексного развития курортов и туризма Краснодарского края [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовый дан. – Режим доступа: <http://www.kurortkuban.ru>. – 10.09.2014.
3. *Предварительные итоги* туристического сезона, 2014 [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовый дан. – Режим доступа: <http://www.domotdiha.ru/ru/news/itogi-turisticheskogo-sezona-1080>. – 15.09.2014.
4. *Курортный сезон 2014: ожидания и реальность*, 2014 [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовый дан. – Режим доступа: <http://smi.kuban.info/turizm/3543-kurortnyy-sezon-2014-ozhidaniya-i-realnost.html>. – 12.09.2014.
5. *Инвесторы направят* почти 24 млрд рублей в развитие санаторно-курортного комплекса Кубани, 2014 [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовый дан. – Режим доступа: http://kuban.rbc.ru/krasnodar_freeneews/21/09/2014/950326.shtml. – 24.09.2014.

TOURIST-RECREATIONAL SYSTEM OF KRASNODAR TERRITORY: CURRENT STATUS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT

Volkova T. A., Mishchenko A. A.

Kuban state University

350040, Krasnodar, Stavropolskaya str. 149, e-mail: mist-next4@inbox.ru

One of the dominant and fastest growing sectors of the economy of Krasnodar region is the tourism industry. In 2014, the tourism industry is among the three leaders in the growth of tax deductions. The number of Spa companies and their total capacity leading place in the Krasnodar region occupies a sanatorium and tourist complex of the Azov-black sea coast. To date, the factors of macro - and micro-Economics are favorable for the increase of tourism in the Krasnodar region, and thus increase tax revenues to the regional and Federal budgets, whereby funds are allocated for the development of the industry and new projects.

Key words: The tourism industry, sanatorium and tourist complex of Krasnodar region, investment projects, tourist flow, Spa product

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Т.А. Волкова

Кубанский государственный университет,

e-mail: mist-next4@inbox.ru

Развитие агротуризма напрямую связано с сельской местностью. Агротуризм в Краснодарском крае формируется в условиях активного содействия со стороны федеральных и региональных органов власти. Предоставление налоговых льгот даст возможность улучшить качество и увеличить разнообразие услуг, предлагаемых организаторами аграрного туризма. Развитие агротуризма должно стимулировать местную экономику, путем формирования малых экономических оборотов местных ресурсов. Представленный вид туристской деятельности исключительно перспективен и активно развивается на территории Краснодарского края.

Ключевые слова: агротуризм, сельский туризм, туризм, Краснодарский край, сельская местность, агроландшафт.

Одним из направлений рекреационной деятельности является агротуризм или сельский туризм. Многие специалисты в области агротуризма считают, что он получается при слиянии двух отраслевых рынков – сельскохозяйственного и туристского. По определению ассоциации международного экономического развития (МЭР), агротуризм – это сектор туристской отрасли, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта [4]. Ассоциация агротуризма (Agro tourism association) дает свое определение. Агротуризм – это вид деятельности, организуемый в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты, приобретению знаний и навыков. Агротуризм ориентирован на использование сельскохозяйственных, природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта. Но на деле деятельность по обслуживанию туристов в условиях сельской местности необходимо подразделять на собственно агротуризм, сельский туризм, туризм в сельской местности и сельский (аграрный) туристский комплекс (С(А)ТК) [4]. Впрочем, все эти сегменты возможно объединить в единый класс «агротуризм».

Можно согласиться с М. А. Здоровым в том что сегментацию понятия «агротуризм» следует производить, опираясь на долю доходов, получаемых от реализации как туристских услуг, так и сельхозпродукции. Например, при сельском туризме доля дохода от реализации туристских услуг составляет 40%, при туризме в сельской местности – 90%, при агротуризме – 10%, при С(А)ТК – 50% [4].

Развитие этих направлений туризма напрямую связано с сельской местностью. Главной особенностью развития российского агротуристического рынка является то, что он развивается практически без централизованного управления.

В ландшафтном отношении плане сельская местность характеризуется преобладанием агроландшафтов. К видам туризма, имеющим непосредственную связь с сельской местностью, можно отнести: рекреационный, активный, познавательный и экологический потребительский, гастрономический туризм, этнографический туризм, деятельность на дачных и садово-огородных участках и др.

Наиболее экономически выгодным должен быть такой вид агротуризма, который бы совмещал элементы нескольких вышеперечисленных видов. В этом случае возможно не просто посещение туристами крупных сельскохозяйственных предприятий, что тоже возможно, но не может быть важным сопутствующим источником дохода, а посещение фермерских подворий и домохозяйств. Домохозяйство – это группа людей, проживающих в одном жилом помещении или части его, совместно обеспечивающих себя пищей и всем необходимым для жизни, то есть полностью или частично объединяющих и расходующих свои средства. Эти люди могут быть связаны отношениями родства или отношениями, вытекающими из брака, либо быть не родственниками, либо и теми и другими [3].

Внедрение элементов туристской деятельности позволит в первую очередь повысить объемы реализации продукции сельских подворий за счет продажи прибывающим туристам. Сегодня на селе можно выделить три примерно равные по своей численности группы подворий, в которых наблюдается совершенно разное отношение к мелкотоварному производству. Одни из них, составляющие первую группу, отказываются от производства сельскохозяйственной продукции. Это происходит как по причине полной немощи (нельзя забывать, что 20-25% сельских домохозяйств составляют одиночки или брачные пары престарелых), так и по причине полной обеспеченности и возможности покупать все продукты питания на рынке (5%) [1].

Так же в эту группу входят домохозяйства, расположенные в пригородных зонах крупных городов, где доступность рынка труда

доминирует над доступностью рынков сбыта. Вторая группа домохозяйств в вопросах производства продукции ориентирована скорее на натуральное потребление, чем на рынок. В таких семьях заработная плата составляет основной, а главное, устойчивый и растущий источник доходов. Такое положение дел характерно для территорий, перспективных с точки зрения развития крупных сельскохозяйственных товаропроизводителей, широко использующих наемный труд (Краснодарский край, Белгородская область и др.). Третью группу составляют домохозяйства, укрепляющие ориентацию на рынок и мелкотоварное производство. В этих домохозяйствах удельный вес доходов от продажи продукции подворья устойчиво составляет 50% и более. В территориальном разрезе такие домохозяйства тяготеют к локальным рынкам прежде всего малых и средних городов (районных центров). Примерами здесь могут служить Лабинск и ст.Кущевская Краснодарского края, Шадринск Курганской области и др. [1].

Домохозяйства всех этих групп могли бы включить в свою деятельность элементы туристской активности. Особенно актуальной такая деятельность могла быть для домохозяйств первой и второй групп. Туристская деятельность в условиях современного села могла бы заключаться и во включении посещения подворий в программу экскурсионных туров, либо организация однодневных экскурсий из близлежащих курортных районов края. Так же возможна организация туров выходного дня с краткосрочным размещением туристов. Актуальной была бы и деятельность по организации и проведению событийных мероприятий на территории сельских подворий (свадеб, банкетов, корпоративных мероприятий). Все вышеперечисленное необходимо сочетать с дегустацией местной продукции, реализацией сувенирных и потребительских товаров.

Однако организация туристской деятельности в условиях домохозяйств ограничивается в наше время целым рядом проблем: отсутствие нормальной инфраструктурной базы, бедность, пассивность и экономическая неграмотность сельского населения, недостаток культурного уровня, утрата традиций и ремесленных навыков, мало возможностей для обучения людей ремеслам, развитию собственного бизнеса, недостаточная вовлеченность всех заинтересованных сторон в процесс развития агротуризма, отсутствие единой информационной базы и площадки для обмена опытом и др.

Агротуризм в Краснодарском крае формируется в условиях активного содействия со стороны федеральных и региональных органов власти. Ведется активная работа в области развития нормативно-правовой основы становления агротуризма. Сейчас несколько лет су-

ществуют и удачно реализуются целевые программы как прямо имеющие отношение к становлению агротуризма, так и косвенно поддерживающие его (долгосрочная краевая целевая программа «Развитие органического земледелия, производства продуктов питания и агротуризма в Краснодарском крае на 2013 – 2016 годы», которая затрагивает напрямую агротуризм, а также «Стратегия социально-экономического развития Краснодарского края до 2020 г.», «Стратегия развития санаторно-курортного и туристского комплекса до 2020 г.»).

Аграрный туризм становится все более известным у путешественников. Однако трудно говорить о присутствии независимого турпродукта с четкой аграрной направленностью. Первостепенный характерной чертой аграрного туризма в Краснодарском крае представляется то, что данный вид туристской деятельности считается вспомогательным, тогда как целевыми видами остаются пляжно-купальный отдых, лечебно-оздоровительный, экскурсионно-познавательный, потребительский (охота, рыбная ловля) виды туризма.

Собственно в этом и состоит проблема формирования агротуризма: агротурпродукт весьма актуален в качестве продукта, разнообразящего типичный долгий отдых на курортах горно-предгорной зоны и азово-черноморского побережья края [1].

Трудность формирования агротуризма как независимого вида туристской деятельности состоит в том, что, во-первых, некоторые городские жители Краснодарского края имеют родственников в сельской местности, во-вторых, сейчас на территории края немного значимых аграрных объектов, способных взять и разместить туристов с необходимым уровнем комфортности на несколько дней, в-третьих, туризм в Краснодарском крае на данный момент пребывает в стадии становления и развития и, следовательно, существует проблема информации о существующих предложениях.

Ключевыми затруднениями данного направления туризма на территории Краснодарского края являются:

1. Несовершенство нормативно-правовой базы (хотя эта проблема в последнее время активно решается).

2. Компании, предоставляющие обслуживание подобного рода, в основной массе считаются изначально туристическими, а никак не аграрными.

3. Ключевыми географическими направлениями формирования агротуризма являются азово-черноморское побережье и горно-предгорная зона, тогда как степная зона в этом отношении основательно отстает.

Завлекают путешественников местным колоритом, возможностью отведать местную экологически чистую продукцию, элементами познавательного и потребительского туризма. Информацию об услугах турист может почерпнуть через сеть Интернет, в туристско-информационных центрах, у турагентов, а также в местах отдыха у экскурсоводов [2].

Предоставление налоговых льгот даст возможность улучшить качество и увеличить разнообразие услуг, предлагаемых организациями аграрного туризма. Последствием предоставления налоговых льгот станет усиление конкурентной борьбы, что так же положительно отразится на качестве предоставляемого турпродукта. Принципиально важно формировать аграрный туризм на основе крестьянских фермерских хозяйств, а не только на основе туристских объектов и средств размещения.

Значимость сельского туризма заключается в следующих позициях: – релаксация жителей городов в сельской местности, пополнение знаний о традиционной народной культуре – движение финансовых средств из городов в сельскую местность – создание альтернативных источников занятости для сельского населения – повышение уровня экономической доходности сельского населения – снижение процесса миграции сельских жителей в города – формирование рынка сбыта сельскохозяйственной продукции и предметов народных промыслов – развитие инфраструктурных сельских территорий – сохранение природных и культурных ресурсов территории – снижение социальной напряженности в сельской местности. Вместе с тем, следует иметь в виду, что агротуризм является не высокоприбыльным бизнесом, и основной целью развития туризма на селе является улучшение условий жизни местного населения.

Развитие агротуризма должно стимулировать местную экономику, путем формирования малых экономических оборотов местных ресурсов. Этого можно добиться путем инициирования межотраслевого сотрудничества, при котором местная продукция и услуги используются в производстве туристского продукта. На сегодняшний день существует множество вопросов по организации деятельности в сфере агротуризма, один из них: как правильно организовать учет такой деятельности. Краснодарский край более привлекателен для развития агротуризма, чем другие регионы России в силу своих агроклиматических ресурсов, в наличии хорошо развитой транспортной системы [2].

Предоставленный вид туристской деятельности исключительно перспективен и активно развивается на территории Краснодарского края. На фоне ощутимого спада популярности выездных турпоездов,

активизированного экономическими и общественно-политическими причинами, а также беспокойной обстановкой на рынке туроператоров, аграрный туризм в качестве одного из средств диверсификации рекреационной деятельности, и как самодостаточный туристский продукт способен стать успешно развивающимся и перспективным направлением.

Ключевым следствием финансирования этого направления туристской деятельности станет ужесточение конкурентной борьбы в данной сфере, улучшение качества сервиса, расширения ассортимента предлагаемых услуг, подъем популярности данного направления не только среди местного населения, но и среди туристов, приезжающих из других регионов России, а также из-за границы. Естественно, абсолютного замещения аграрным туризмом отдыха на море достигнуть непросто и затратно, аграрные туры по территории края, будут пользоваться большим успехом, первоначально как дополнительный турпродукт, а в будущем и как основной, самостоятельный.

Библиографический список

1. Волкова Т.А., Задорожная В.В. Туристская деятельность в условиях современного села // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2011. № 1. С. 359-363.
2. Волкова Т.А., Мищенко А.А. Проблемы и перспективы развития сельского туризма в Краснодарском крае // Наука и образование в современном обществе: вектор развития Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 2 частях. ООО «АР-Консалт». 2014. С. 61-63.
3. Волкова Т.А., Мищенко А.А. Развитие агротуризма как альтернативного вида природопользования на территории Краснодарского края // Научные аспекты инновационных исследований: материалы I Междунар. научно-практич. конфер., г. Самара, 29 мая 2013. Инсома-пресс. г. Самара. 2013. С. 56-60.
4. Здоров М.А. К вопросу о монистическом и плюралистическом толковании понятия «агротуризм» / Вестник РМАТ. 2011. № 2 (2). С. 77-79.
5. Полторацкий В.В. Сельская Россия: приоритеты развития. – М.: Поколение, 2009. 2. Число и состав домохозяйств. Итоги всероссийской переписи населения 2002 г. Т.6. – М.: ФСГС, 2005.

RURAL TOURISM IN THE KRASNODAR REGION: TRENDS AND PROSPECTS

Volkova T. A.

Kuban state University, mist-next4@inbox.ru

The development of agro-tourism is directly linked to the countryside. Agro-tourism in the Krasnodar region is formed in conditions of active cooperation from the Federal and regional authorities. The tax breaks will provide an opportunity to improve the quality and increase the variety of services offered by the organizers of agricultural tourism. The development of agro-tourism should stimulate the local economy through the formation of small economic turnover of local resources. Granted tourist activity extremely promising and actively developing on the territory of Krasnodar region.

Keywords: Agritourism, rural tourism, tourism, Krasnodar region, countryside, agricultural landscapes

УДК 379.822

МУЗЕЙНЫЙ ТУРИЗМ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В КАБАРДИНО-БАЛКАРИИ

Л.А. Галачиева

Кабардино-Балкарский государственный университет

360004, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173,

e-mail: lora-0708@mail.ru

В сообщении рассматриваются перспективы развития музейного туризма в Кабардино-Балкарии. Приводятся сведения о музеях республики, о работе и различных мероприятиях, проводимых музеями для привлечения посетителей.

Ключевые слова: музей, музейный туризм, познавательный туризм, этнографический туризм, историк-культурное наследие.

Музеи в переводе с греческого означают – места, посвященные музам, мифическим богиням (покровительницам наук и искусств). Первые музеи появились в Древней Греции, а в России кунсткамера (как их тогда называли) появилась в 1719 г. после указа Петра I от 13 февраля 1718 г., который гласил: «...*Ежели кто найдет в земле или в воде какие старые вещи, а именно: каменя необыкновенные, кости человеческие или скотские, рыбы или птичьи, не такие, как у нас ныне есть, или такие, да зело велики и малы перед обыкновенными, также какие старые надписи на каменьях, железе или меди, или какое старое, необыкновенное ружье, посуду и прочее все, что зело и старо и необыкновенно – такое же бы приносили...*». Этим указом было положено начало русской археологии и созданию музеев.

Музеи как научно-просветительские и культурные учреждения, главной задачей которых является сбор, хранение и исследование па-

мятников искусства, науки и истории, древних артефактов, исторических документов и других ценных предметов, рассматривают вопросы развития культурного, познавательного туризма и роли музея в этом процессе.

Понятие «музейный туризм» появилось сравнительно недавно, в середине 1990-х гг. прошлого века, когда музеи были поставлены в ситуацию предельного самоопределения [3]. И чтобы выжить в суровых условиях, так называемой рыночной экономики, большинство музеев были вынуждены вести не только научную работу, но и зарабатывать деньги. Когда роль музея и роль туризма как разных культурных институтов все больше стали переплетаться, создавая новое единое культурное пространство.

Музейный туризм можно отнести к разновидности познавательного туризма, т.к. он подразумевает знакомство с природными и культурно-историческими ресурсами страны или региона: музеями, театрами, особенностями жизни и традициями местного населения. Он связан с получением информации, новых эмоций, впечатлений, расширением кругозора, а этнографическая составляющая предполагает ознакомление и понимание иной культуры. Вместе они воздействуют на духовную сферу, систему ценностей, знания, общественное поведение местных жителей, туристов и гостей города.

Кабардино-Балкария располагает богатым и разнообразным историко-культурным наследием, т.к. территория республики, в силу своего геополитического положения, с древних времен является местом пересечения различных культур, этносов и традиций. Важная роль в сохранении и развитии историко-культурного наследия принадлежит музеям. Осуществляя комплектование, хранение, изучение памятников естественной истории, материальной и духовной культуры, они занимают значимое место в деле пропаганды культуры, образования, воспитания и удовлетворения духовных запросов местного населения и туристов. Музеи республики в первую очередь рассчитывают на аудиторию из местных жителей, которые также являются участниками культурно-познавательного или музейного туризма.

В Кабардино-Балкарии функционируют 11 музеев, из них 3 исторических, 1 краеведческий, 5 мемориальных, изобразительных искусств и литературный. Созданы также мемориальные комплексы жертвам политических репрессий. Их посещение – одна из форм научно-познавательной и экскурсионной рекреационной деятельности [1].

В 60-70-е гг. прошлого столетия в районных центрах, селах, школах республики создавались музеи, уголки Боевой славы, впоследствии ставшие филиалами краеведческого музея. Этому предше-

ствовали историко-этнографические экспедиции в районы по сбору материала.

В 1983 г. была принята программа создания музейной сети Кабардино-Балкарии. Был создан Государственный объединенный музей, в состав которого вошли Краеведческий национальный музей и 9 его филиалов в разных районах республики. В настоящее время музейный фонд объединения достигает около 150 тыс. единиц хранения, из которых 134 тыс. приходится на краеведческий музей.

Краеведческий Национальный музей Кабардино-Балкарии находится в центре г. Нальчика (выставочная площадь составляет 690 м²). Создан он был в 1921 г. и стал первым научным и культурно-просветительским учреждением в деле изучения и сохранения памятников искусства и старины. В музее сосредоточены многочисленные, весьма ценные материалы, характеризующие природное богатство, историческое прошлое, хозяйство и культуру Кабардино-Балкарии. В залах музея представлены картины, рисунки, скульптура, драгоценные металлы, предметы естественной истории, документы об истории народов республики и др. Музейные экспозиции содержат коллекции народных костюмов, предметов крестьянского быта и народного творчества, характерных для местного населения, которые знакомят туристов с историческим прошлым республики [1].

В фондах музея собран богатейший архивный, этнографический материал, дающий представление об истории, культуре, о традициях, обычаях и этнографии народов республики с древнейших времен и до наших дней, находятся редкие виды холодного и огнестрельного оружия (кавказского, турецкого, русского, западноевропейского). А картины (К.П. Брюллова, И.И. Шишкина, И.К. Айвазовского, Ф.А. Рубо и др.), скульптура и художественный фарфор стали основой для создания в 1960 г. музея изобразительных искусств. Активная археологическая работа музея позволила создать уникальную коллекцию эпохи неолита, энеолита и бронзы. Первый директор музея М.И. Ермоленко собирал экземпляры печатных материалов того времени (приказов, объявлений, воззваний, телеграмм, плакатов и др.), уникальные коллекции книг дореволюционных изданий по философии, археологии, словари и энциклопедии. Из областного архива были переданы различные документы. Сознвая всю значимость создаваемого им музея, в плане, составленном на 1926 г., М.И. Ермоленко писал: *«Выставленные в музее экспонаты дадут ученому наглядный материал для своих научных работ, а простому посетителю они покажут движение культуры, длинный период совершенствования, смену религий, стрем-*

ление человека к усовершенствованию труда, облегчение его быта, безостановочную мысль человека идти вперед к лучшему».

В настоящее время Национальный музей является центром всей краеведческой работы республики. На его базе работают кружки истории и краеведения, имеется своя библиотека. Сотрудники музея проводят просветительскую и профориентационную работу с учащимися школ, экскурсии для студентов, жителей республики, туристов и отдыхающих. Читаются лекции по истории музея в школах, дворцах детского творчества, других предприятиях. В музее проходят выставки народного творчества, занятия кружков, вечера-встречи с героями труда и ветеранами войны, преподавателями школ и школьниками.

В *Литературном музее* представлены материалы деятелей литературы современной Кабардино-Балкарии, народных сказителей, лауреатов государственных и республиканских премий (А. Кешокова, К. Кулиева, З. Тхагазитова и классиков кабардинской и балкарской литературы Б. Пачева и К. Мечиева) и фольклора. В экспозиции отражены и связи с деятелями русской культуры и литературы (А.С. Пушкиным, М.Ю. Лермонтовым), композиторами и др.

Мемориальный дом-музей Марко Вовчок (экспозиционно-выставочная площадь музея составляет 70 м², а парковая – 0,23 га) – известной украинской писательницы (она переводчик Жюль Верна), которая последние годы жизни провела в Нальчике. В экспозиции музея представлены личные вещи (старинная мебель, документы, фото и письма писательницы (переписка с И.С. Тургеневым, Т. Шевченко, В.Гюго, А. Дюма и др.), а также книги из личной библиотеки писательницы. В 1978 г. на могиле М. Вовчок (здесь она похоронена согласно ее завещанию) был установлен бронзовый памятник.

В *Историческом музее г. Прохладного* посредством документов, фотографий и подлинных предметов представлена история, этнография, культура терских казаков. А в *Музее боевой и трудовой славы г. Майский* – интереснейшие фотодокументальные материалы по истории возникновения отдельных станиц Майского района, воссоздан интерьер казачьего жилища на основе многочисленных подлинных предметов. Единственным в республике музеем, в котором в полном объеме отражается история, этнография и культура балкарского народа, является *Историко-этнографический музей с. Кёнделен*. Данные музеи могли бы стать основой для развития учебно-научного и этнографического туризма.

Основой *Музея изобразительных искусств* (экспозиционно-выставочная площадь составляет 300 м²) стали поступившие в 20-е гг. прошлого столетия в Национальный музей экспонаты из других музе-

ев страны (русская живопись XIX-нач. XX вв., гравюры (XVIII-XIX вв.), скульптура, фарфор (западноевропейский, дальневосточный и русский), а также 45 работ М.В. Алёхина (1856-1936) – первого профессионального живописца в г. Нальчике. Музей имеет богатый раздел «Искусство Кабардино-Балкарии», включающий в себя произведения народного декоративно-прикладного искусства (балкарские войлочные ковры (кийизы), кабардинские циновки (арджэны), предметы народного костюма, ювелирные изделия (серебро), бытовую утварь (медь, дерево), национальные музыкальные инструменты). В музее проводятся персональные, тематические, юбилейные, учебные выставки из фондов музея, а также выставки декоративно-прикладного искусства. Проводится выездное обслуживание передвижными выставками, преимущественно учебных заведений.

В Нальчике и районах республики имеются также музеи писателей-классиков местных и российских (А.А. Фадеева (в этом доме им написаны несколько глав романа «Разгром»), А.А. Шогенцукова, К. Кулиева, А.П. Кешокова) и мемориал жертвам репрессий балкарского народа (8 марта 1944 г. – 28 марта 1957 г.).

Музей Боевой славы защитников Эльбруса и Кавказских перевалов в период Великой Отечественной войны находится на высоте 3500 м и является самым высокогорным музеем в мире. Его экспонаты знакомят туристов с героической обороной Кавказа и рассказывают о боевых действиях на самом высокогорном участке фронта. В экспозиции дан список воинов (чьи имена удалось установить), погибших в Приэльбрусье [2]. Представлен также материалы о героической эвакуации жителей г. Тырныауз и ценного сырья (вольфрамо-молибденового концентрата), об альпинистах, возглавлявших переход через перевал Бечо.

Как видим, в Кабардино-Балкарии есть достаточный ресурс для организации музейного туризма. Но для его продвижения музеям необходимо проведение следующих мероприятий: разработка специальных программ для разных возрастных и социальных категорий посетителей, использование не только экскурсий с ознакомлением экспонатов и художественных коллекций, но и других видов искусства внутри музея (музыкального сопровождения, концертного исполнения и т.п.). Организация и проведение также регулярных «круглых столов», конференций с участием представителей Министерства курортов и туризма КБР, туристических предприятий и фирм с целью привлечения внимания к музеям и включения их в экскурсионные маршруты. Выпуск рекламной продукции (путеводители, альбомы, каталоги, фирменные компакт-диски, буклеты, листовки, сувенирная продукция,

карты города и республики с нанесенными маршрутами движения). Активизировать работу по заключению договоров с турфирмами, при этом музеи могут размещать информацию о них на своих сайтах, что будет отличной мотивацией для турфирм. В свою очередь, турфирмы размещают на своих сайтах информацию по организации выставок и экскурсий и других мероприятий в музеях республики.

Необходимо также обновить экспозиции с целью придания им уникальной самобытности, повысить комфортность зданий музеев, создать подъездные пути к музеям и оборудовать автостоянки. Провести также тщательный подбор и подготовку профессиональных кадров для работы с туристами, в том числе и со знанием иностранных языков для работы с туристами из других стран.

Сотрудники Национального музея Кабардино-Балкарии уже проводят большую работу в этом направлении, в частности, образовательные программы, экскурсии на постоянной и временной экспозициях, работают в образовательных учреждениях города. При составлении и организации экскурсий учитывают возрастные особенности, род занятий, интересы экскурсантов. Для учителей и студентов разрабатывают особые лекции и дополнительные сообщения. Проводятся PR-кампании, которые информируют население о новых программах и проектах, о предстоящих выставках, вернисажах – в итоге, изменяется отношение к музею. Работники музея выступают с докладами в различных организациях, высших учебных заведениях и школах, знакомя студентов и учащихся с новинками в мировом и российском издательстве. Проводят тематические вечера и выставки, посвященные народам, проживающим на территории Кабардино-Балкарии, привлекая национальные общества республики [4].

Музей планирует использовать новые музейные технологии – современные мультимедийные средства в музее – приложения к смартфонам, благодаря которым люди могут знакомиться с фондами музеев виртуально, а потом прийти и посмотреть вживую. К новым формам работы относится также «Ночь искусств» (инициированная музеем Лувра и перенятая музеями всего мира). Впервые здесь провели ее в 2013 г., и акция вызвала большой интерес. Участвовали представители из многих стран мира, съехавшиеся в г. Нальчик на фестиваль. Зрелище было красочным, т.к. все иностранные гости были в своих национальных костюмах. Представители диаспор республики угощали их своими национальными блюдами, исполняли песни и танцы.

Таким образом, в Кабардино-Балкарии имеются все условия для развития музейного туризма, для осуществления которого необходима грамотная организация музейной работы. Любой музей при правильно разработанной концепции может стать объектом активного посещения туристами.

Библиографический список

1. *Галачиева Л.А., Керимов А.М.* Рекреационный комплекс Кабардино-Балкарии: становление, перспективы и пути развития. Нальчик: Издательство КБНЦ РАН, 2008. 172 с.
2. *Галачиева Л.А.* Развитие альпинизма и горнолыжного спорта в Кабардино-Балкарии. Нальчик: Принт Центр, 2012. 294 с.
3. *Романчук А.В.* Музейный туризм: учебно-методическое пособие. СПб., 2010.
4. www.museum.ru/M2145 - официальная страница (дата обращения: 17.04.07).

MUSEUM TOURISM AND ITS DEVELOPMENT PROSPECTS IN KABARDINO-BALKARIA

L.A. Galacieva

Kabardino-Balkarian State University, 360004, Nalchik, street. Chernyshevsky, 173,
e-mail: lora-0708@mail.ru

In the message examines the prospects for the development of Museum tourism in Kabardino-Balkaria. Provides information about the museums of the Republic about the work and various events held by museums to attract visitors.

Keywords: Museum, Museum tourism, educational tourism, ethnographic tourism, historian-cultural heritage.

УДК 911.9

ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

М.В. Гудковских

Тюменский государственный университет,
625000, г. Тюмень, ул. Семакова, 10, e-mail: aconcagya@yandex.ru

Предпринята попытка рассмотреть историю формирования и развития туризма в Тюменской области путем выделения этапов развития туристской территории. Освещены основные исторические события, играющие решающую роль в становлении туризма в Тюменской области.

Ключевые слова: туризм; развитие туризма; этапы развития; туризм в Тюменской области.

История туризма представляет собой важный предмет туристского исследования в Тюменской области, который до настоящего момента не вызывал бурного интереса у специалистов географов. Туристское освоение территории в целом совпадает с общероссийскими тенденциями, но в связи с удаленностью от столицы и географическими особенностями имеет некоторые специфические черты.

Стоит отметить, что достаточно сложно определить точную дату появления туристско-рекреационной деятельности в регионе, популярные туристские объекты Тюменской области появились достаточно давно. Так старинные города Тобольск и первый город Сибири - Тюмень образовались в 1587 г. и в 1586 г. соответственно. Главные сегодня святыни Тобольска – Тобольский кремль, Знаменский собор Абакского монастыря начали строить в XVII в. Однако о развитии туризма можно говорить лишь применительно к XX в., до этого момента в первое столетие освоения Сибири через Тюмень и Тобольск следовал путь многочисленных землепроходцев и около 200 тыс. переселенцев. Путешествия были редкими единичными случаями по личной инициативе их участников. В основном «слава» Сибири в те времена была непрезентабельной. Сибирь в умах жителей европейской части России ассоциировалась с каторгой и ссылкой. Ежегодно через Тюмень и Тобольск проходило до 15 тыс. ссыльных.

В XVIII в. важным фактором известности и узнаваемости Тюменского региона за пределами Тобольской губернии являлся тот факт, что Ишим был центром торговых ярмарок. Начиная, с 1721 г. в Коркиной слободе, стала регулярно проводиться зимняя Никольская ярмарка – одна из крупнейших в Западной Сибири. С конца XVIII в. на ярмарку съезжались не только приишимские крестьяне и купцы, товары везли со всей Сибири и Урала, из Центральной России, до четверти товаров приходило из других стран – Европы и Китая [5, с.46]. Никольская ярмарка входила в число двенадцати крупнейших ярмарок Российской империи.

Значимым фактором в развитие экономики и туризма в частности явилось открытие речного пароходства и строительство железной дороги. В 1836 г. в Тюмени был спущен первый в Сибири пароход. В 1860 г. открылось пароходное сообщение между Тобольском и Березовом. Усилиями местного купечества через Тюмень в конце 1885 г. была проведена железная дорога Тюмень – Екатеринбург, позволившая значительно расширить торговые обороты и придать импульс зарождению туризма [5, с.95].

Важной вехой в становлении первых туристских объектов Тюменской области является возникновение музейной деятельности. То-

больский историко-архитектурный музей-заповедник является старейшим музеем области. Он был основан в 1870 г. Главный музей города Тюмени образовался позже в 1879 г. с момента открытия крупнейшим ученым, краеведом Иваном Яковлевичем Словцовым. В основу собрания легла коллекция основателя. Наиболее ранние из предметов относятся к каменному веку и датируются V тыс. до н. э.

Период с XVI – до конца XIX вв. – можно назвать этапом формирования туристских объектов и возрастания объема информации о регионе.

Период первой половины XX века можно считать этапом возникновения внутреннего туризма и рекреации в Тюменской области. Он ознаменовался появлением интереса к экскурсионной деятельности в различных слоях населения, приуроченных к некоторым обществам, например общества любителей природы, общества грамотности; начинают проводиться школьные экскурсии, и экскурсии в музеи. В годы советской власти туризм и экскурсионная деятельность получает большее развитие, и можем считать этот период этапом становления туризма в регионе. Он характеризуется возрастанием туристского спроса, появлением туристских предприятий.

В России возникает общество пролетарского туризма в 1929 г. Инициатором и организатором развития массового самостоятельного туризма стал комсомол, развернувший с середины 20-х гг. широкую деятельность по организации досуга молодежи. В 1932 г. в г. Тобольске образовался районный Совет добровольного общества пролетарского туризма и экскурсий, в задачи которого входила подготовка актива по горно-пешеходному туризму [1].

В это время в г. Тюмени уже создано первое спортивное общество «Динамо», в 1930 г. открывается в Тюмени первое высшее учебное заведение – агрономический институт. А в 1932 г. был основан главный музей Югры «Музей Природы и Человека» в г. Ханты-Мансийске.

Этап становления тюменского туризма и рекреации ознаменовал появлением учреждений лечебно-оздоровительного туризма. Санаторно-курортная деятельность в Тюменской области начала свое развитие с открытия в 1947 г. областной грязелечебницы «Ахманка» в Нижнетавдинском районе, которая впоследствии стала одним из популярных курортов России. Целебную грязь доставляли ведрами из озера Ахманка. В 1955 г. стационар насчитывал уже 55 мест. Организовал грязелечебницу физиотерапевт, заслуженный врач РСФСР Е. Я. Яковлев. В 1953 г. на западной окраине деревни Яр нашли источник минеральной воды и в 1955 г. построили водолечебницу «Яр».

В начале 1960-х гг. в стране происходил процесс активизации туристской деятельности. В 1963 г. в Тюменской области в целях развития туризма был создан областной совет по туризму на общественных началах. А затем в 1965 г. создается Тюменский областной совет по туризму и экскурсиям Тюменского областного Совета профсоюзов ВЦСПС г.Тюмень, в задачи которого входило развитие массового самодельного спортивного туризма и планового туризма и экскурсий [2].

С 1962 г. в Тюменской области увеличивается число туристских секций при коллективах физкультуры. В путешествиях по родному краю, Уралу, по дорогам семилетки и в однодневных туристских походах приняло участие свыше 15 тыс. человек [3, с.30].

В 1964 году начато строительство курорта «Большой Тараскуль», который начал функционировать с марта 1977 г. В настоящее время санаторий «Тараскуль» - крупнейшая здравница федерального значения в области.

В 60-е гг. происходит мощный толчок в развитии туризма Тюменской области, строятся гостиницы, дома отдыха, санатории в Тобольске, Тюмени, Ишиме, на севере области.

В Тюменской области на 1966-1970 гг. планировалось ввести в действие всего туристско-оздоровительных учреждений на 1050 мест, из них 120 мест круглогодичного действия, в 1968 г. – 200 мест, в 1969 г. – 250 мест, а в 1970 гг. – 300 мест [2].

Реализуются путевки на курорты Черного моря для отдыха жителей области. Областным советом было организовано 6 туристских поездов, на которых совершили путешествия 4100 человек. Летом 1967 г. были организованы 2 поездки на теплоходе «Космонавт Гагарин» по Обь-Иртышскому бассейну, на которых было обслужено 420 учителей и школьников. В зимние каникулы 1967-1968 гг. были организованы поездки школьников в г. Москву, Омск, Тобольск (1934 школьников). На турбазе «Верхний бор» Тюменской области было принято 3000 человек. [3, с.86].

В 1966 г. начато строительство железной дороги Тюмень–Тобольск – Сургут – Нижневартовск. В 1968 г. из Тюмени в Тобольск приехали первые туристы по железной дороге, участники экскурсии по ленинским местам в Поволжье ветки Тюмень – Тобольск – Сургут. [5, с.95].

В конце 1960-х гг. туризм и массовое физкультурное движение в СССР широко развивается. В 1967 гг. число участников путешествий, походов и экскурсий по сравнению с 1963 г. возросло с 13, 9 млн до 50 млн человек. В 1967 г. число участников путешествий, походов и

экскурсий по сравнению с 1963 г. возросло с 13, 9 млн до 50 млн человек. [2].

В июне 1967 г. в Тюменской области было создано экскурсионное бюро, которое проводило работу по организации экскурсий и загородного отдыха трудящихся. Экскурсионное бюро занималось организацией экскурсий по городу и по промышленным предприятиям; организацией экскурсионных поездок на автобусах на родину Павлика Морозова, село Герасимовку; поездок на поезде «Здоровье» и теплоходе «Здоровье», на которых трудящиеся города Тюмени совершали прогулки в выходные дни. В г. Тобольске был создан филиал Тюменского экскурсионного бюро с целью налаживания экскурсионной работы в городе. Экскурсионным бюро было подготовлено 100 экскурсий [2].

Выполнение Тюменским областным советом по туризму и экскурсиям плана обслуживания туристов в 1970 г. по путёвкам на местных маршрутах составило 74,6 тыс. человеко-дней или 103,2%. По сравнению с данными за 1969 г. объём туристов увеличивается на 17,9 тыс. человеко-дней. Экскурсиями в 1970 г. было обслужено 67,0 тыс. человек, что на 19,7 тыс. человек больше, чем за 1969 г. В 1968 г. Тюменским советом проводилось 180 самостоятельных маршрутов: Тюмень-Салехард на шлюпках, Салехард-Ленинград – на лыжах, Тобольск – Ленинград на велосипедах, Сургут – Манны на лыжах. В походах и путешествиях по родному краю в 1967 и 1968 гг приняло участие около 150 тыс. человек [2].

История развития спортивного туризма в нашем городе имеет внушительный срок. Обучение этому направлению в Тюмени возникло в 1956 г. на базе учреждения «Станция юных туристов», а с 1976 г. это направление стало развиваться в стенах городского «Дома детства и юношества» В 60-е гг. большое внимание уделялось туристской технике и ориентированию. Улучшалось туристско-оздоровительная работа в ДСО «Труд», «Спартак», «Динамо», «Зенит», активизировали свою работу туристские клубы этих обществ [2].

В Тюменской области широко проводилась работа по туризму в средних и высших учебных заведениях. В Ишимском педагогическом институте туристкой секцией было проведено несколько походов по родному краю, в которых приняло участие около 657 человек. За 1963 г. было подготовлено 116 человек – значкистов «Турист СССР», а также было подготовлено 40 инструкторов – общественников по туризму. В институте был организован туристский лагерь, в котором отдыхало 100 студентов [2].

На 1970-80-е гг. пришелся расцвет в развитие самостоятельного спортивного туризма, появляются туристские клубы при крупных предприятиях и учебных заведениях, которые состояли из секций пешеходного, водного и других видов туризма. Некоторые крупные турклубы имели маршрутно-квалификационные комиссии, проводились областные мероприятия: туристские слеты и соревнования.

Таким образом, результатом деятельности областного совета по туризму являлось возникновение лечебно-оздоровительного туризма, спортивного туризма (и его подвидов: лыжного, водного, пешеходного, горно-пешеходного), познавательного туризма, речные круизы, детского туризма.

Одним из самых ярких проявлений туристского развития этапа расцвета явился бурный рост различных форм пригородной рекреации. По берегам рек и озер появляются базы отдыха, детские лагеря, санатории. Практически каждая крупная организация стремилась обеспечить своих сотрудников возможностью загородного отдыха в выходные дни, праздники и отпуска. Массовые масштабы приобретает дачная рекреация.

Таким образом, к концу 1980-х гг. закрепляются основные формы туристско-рекреационной деятельности и их территориальная организация в области. Расширяется материальная база туризма и повышается разнообразие форм путешествий и отдыха.

В начале 1990-х гг. начинается следующий этап развития туризма, с которым связана качественная перестройка принципов организации туризма. Происходит разрушение системы социального туризма с исчезновением рекреационных предприятий и формирование регионального туристского рынка с появлением новых форм туризма и отдыха. Этот период характеризуется трансформацией туризма и рекреации, сопровождается снижением объемов спроса и деградацией сложившихся туристских предприятий.

Начиная с 2003 г., после визита президента РФ В.В. Путина в Тобольск и Тюмень началась новая веха в истории развития тюменского туризма. Президент поручил создать в Тобольске условия для развития туристского центра российского масштаба. 3 декабря 2004 г. губернатор Тюменской области С. Собянин утвердил первую областную целевую программу «Создание туристического центра Западной Сибири на базе историко-культурного наследия города Тобольска». С 2000 г. город Ханты-Мансийск становится центром лыжного спорта мирового значения. В 2000, 2005 и с 2007 по 2010 гг. здесь проходили этапы Кубка мира по биатлону. В 2002, 2004, 2006 гг. - Гран-при IBU. В 2003 г. в Ханты-Мансийске впервые состоялся Чемпионат мира по

биатлону. В 2005 и 2010 гг. прошли чемпионаты мира в отдельных дисциплинах - смешанной эстафете.

Таким образом, первое десятилетие XXI в. ознаменовало новым современным этапом в развитии туризма Тюменской области. Формируются новые виды и формы туризма, сдаются в эксплуатацию новые объекты туристской индустрии. По сведениям специалистов за 2012 г. Тюменская область заняла 7 место в России, среди всех субъектов по числу принятых в гостиницах гостей – 1,194 млн чел. [4, с.36]. По итогам 2014 г. общий объем туристско-экскурсионного потока в Тюменской области составил 1901,2 тыс. человек, в настоящий момент 395 гостиниц и в планах открытие отелей

Библиографический список

1. Государственный архив в г. Тобольске Фонд: Ф. Р835, Оп.1, Д.1, Ф. Р854, Оп.1, Д.1054,1060.
2. Государственный архив Тюменской области .Фонд: Р2147. Д.1-79.
3. Колупанова И.А. Развитие туризма в Западной Сибири в 1960-е годы: дис. канд. ист. наук: 07.00.02 / Колупанова И. А. – Барнаул, 2007. 211 с.
4. Кружалин В. И. Технологии управления и саморегулирования в сфере туризма. М.: «Диалог культур», 2014. – 328с.
5. Путеводитель по Тюменской области. Л. Трепанская. Тюмень. Изд-во: ООО «Сити-пресс», 2014. 127 с.
6. Туризм в Тюменской области (2010-2014): Стат. сб. /Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Тюменской области. Т., 2015. 209 с.

HISTORICAL ASPECTS OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE TYUMEN REGION

M.V. Gudkovskikh
Tyumen state university
625000, Tyumen, Semakov St., 10, e-mail: aconcagaya@yandex.ru

The history of formation and development of tourism in the Tyumen region is considered. Stages of development of the tourist territory were allocated. The main historical events playing a decisive role in formation of tourism in the Tyumen region are covered

Key words: tourism; tourism development; development stages; tourism in the Tyumen region

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО И ЮНОШЕСКОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

А.Г. Гусейнова

Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д.Ушинского; Центр детского и юношеского туризма и экскурсий 150000, Ярославль, Которосльская наб., 46; e-mail: aljonka2401@mail.ru

Научный руководитель: зав. кафедрой туризма и социально-культурного сервиса Ярославского государственного педагогического университета им. К.Д.Ушинского, доцент, к.г.н. В.В.Морозова

В статье рассматриваются вопросы развития образовательного туризма в Ярославской области. Приводятся основные факторы формирования и совершенствования этого вида туристской деятельности в регионе, указываются основные документы, учреждения и ведомства, играющие в развитии образовательного туризма большую роль.

Ключевые слова: детский и юношеский образовательный туризм, факторы развития, Ярославская область.

На сегодняшний день актуальным является вопрос развития образовательного туризма, предполагающий туристские поездки, экскурсии с целью образования, удовлетворения любознательности и других познавательных интересов [4]. Рассматриваемый вид туристской деятельности считается интегральным по отношению к двум сферам деятельности: образование и туризм. В свою очередь, это определяет список факторов, определяющих его формирование и совершенствование во времени. Среди факторов, определяющих развитие образовательного туризма, как одного из основных видов туристской деятельности, можно выделить следующие: фактор географического положения, культурно-исторические, политические, экономические, социально-демографические, материально-технические, а также человеческий потенциал [1].

По данным литературных источников, в России образовательный туризм стал развиваться как активная форма туристской деятельности в 90-е гг. XX в. и сегодня является одним из перспективных видов туризма [1]. Вероятно, интерес к образовательному туризму растёт не только со стороны потребителей и туристской сферы, но и со стороны государства: в стадии разработки находится научная концепция и программа развития образовательного туризма в Российской Федерации. В настоящее время в Ярославской области также наблюдается рост, формирование новых форм и наличие учреждений, организую-

щих данный вид туристской деятельности, документов, определяющих прогнозирование и дальнейшее развитие образовательного туризма.

По постановлению правительства Ярославской области от 13.08.2014 г., основным документом, прогнозирующим развитие туризма в Ярославской области, является «Стратегия развития туризма в Ярославской области до 2025 года» [5]. Согласно данному документу, в Ярославской области до 2025 г. должны быть организованы образовательные лагеря для школьников, разработаны экскурсионно-познавательные поездки, созданы тематические парки (в том числе «Страна детей»), развито межрегиональное сотрудничество (создан проект «Моя родина – «Ярославия»» [7]. Для получения необходимых результатов, перечисленных в документе, необходимы условия, определяемые факторами развития туризма.

Прежде всего, образовательный туризм, как и, в целом, туризм в Ярославской области зависит от фактора географического положения территории. Необходимо подчеркнуть, что изучаемый регион имеет выгодное экономико-географическое положение (близость к Москве, наличие всех видов транспортных магистралей, расположение на реке Волге), что является определяющим фактором развития различных сфер области, в том числе, и туризма [7].

Многозначительным фактором развития туризма, в частности, образовательного в Ярославской области является наличие высокого историко-культурного потенциала:

- богатейшее историко-культурное наследие, высокая концентрация туристских объектов показа;

- четыре города области входят в туристский маршрут «Золотое кольцо России»;

- один объект – достопримечательное место «Исторический центр города Ярославля» включен в Список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО;

- существует 4681 объект культурного наследия, из них выявленных – 3022 объекта;

- действует более 250 музеев [7].

Ещё одним важным фактором развития образовательного туризма в Ярославской области является материально-технический – наличие развитой туристской инфраструктуры, транспортной сети. При анализе «Стратегии развития туризма в Ярославской области до 2025 года» определена характеристика материально-технических ресурсов территории:

- транспорт – федеральная трасса М8; Северная железнодорожная магистраль; речное сообщение; аэропорт «Туношна»;

- коллективные средства размещения – 220 организаций;

- учреждения досуга – 434 учреждения;

- общественное питание – 282 предприятия.
- устойчивое развитие гостиничной инфраструктуры;
- богатые традиции гостеприимства, опыт в приеме и обслуживании туристов [7].

Ярославская область обладает высоким потенциалом развития образовательного туризма, как для школьников, так и для студентов. Действительно, существуют организации, занимающие доминирующую роль в этом виде туристской деятельности: муниципальное учреждение культуры «Культурно-просветительский центр им. В.В. Терешковой», места археологических раскопок, культурно-исторические места города, музеи, ГОУ ЯО «Центр детского и юношеского туризма и экскурсий» [7]. На сегодняшний день, базой приема детей с целью образования является Международный детский компьютерный центр (Детский оздоровительно-образовательный компьютерный центр) Института программных систем Российской академии наук (г. Переславль-Залесский, Ярославская область), а также ежегодные лагеря, которые проводит ГОУ ЯО «Центр детского и юношеского туризма и экскурсий»: «Школа юного экскурсовода», «Лагерь волонтеров», туристский слёт учащихся образовательных организаций; организованный совместно с управлением внутренних дел по Ярославской области лагерь «Служить Отечеству – честь имею!», обучающий в полевых условиях участников объединения «Юный друг полиции».

Очевидно, что социально-демографический фактор также играет большую роль для развития образовательного туризма в Ярославской области. Основные потребители в этом виде туристской индустрии - обучающиеся образовательных учреждений, для которых область является местом изучения истории, культуры, спорта, туризма, научных дисциплин. Образовательный туризм может развиваться в рамках реализации межрегиональных (межведомственных) проектов, направленных на воспитание патриотических чувств у детей и молодежи и формирование нравственной платформы развития гражданского общества.

В формировании отрасли образовательного туризма большая роль отводится политическому фактору, который включает проводимую государством политику в области межгосударственных и межправительственных соглашений по сотрудничеству. По данным «Стратегии развития туризма в Ярославской области до 2025 года», ответственным исполнителем за развитие образовательного туризма назначен Департамент образования Ярославской области, а также ГОУ ЯО «Центр детского и юношеского туризма и экскурсий» – региональный ресурсный центр департамента образования по направлениям «Развитие детского туризма» и «Патриотическое воспитание» [7]. Формирование и совершенствование образовательного туризма в Ярославского

области обеспечивается межведомственным взаимодействием, объектами которого выступают управление по социальной и демографической политике Правительства области, агентство по туризму Ярославской области, органы местного самоуправления муниципальных образований Ярославской области [7]. 9 апреля 2015 г. вышло распоряжение Губернатора Ярославской области «О создании Координационного совета по развитию детского туризма в Ярославской области», первое заседание которого состоялось 13.05.2015 в здании правительства региона [6]. На заседании Координационного совета был учрежден план основных мероприятий **по развитию детского туризма в Ярославской области на 2015 год:**

- Всероссийская научно-практическая конференция по вопросам межведомственного взаимодействия в сфере детского туризма.
- Межрегиональный детский туристический фестиваль «Узоры городов Ярославской области».
- Церемония награждения активных участников областной патристической туристско-краеведческой экспедиции «Моя Родина – Ярославия».
- 69-й туристский слет обучающихся образовательных организаций Ярославской области [2].

Примером межрегионального сотрудничества выступает патристическая туристско-краеведческая экспедиция «Моя родина – Россия», которая предполагает развитие в отдельных регионах страны экспедиций по культурно-историческим и природным объектам. На сегодняшний день, участниками экспедиции «Моя Родина – Россия» являются два региона РФ: Ярославская область и Вологодская область [3]. В Ярославской области с 2011 г. успешно реализуется проект патристической туристско-краеведческой экспедиции «Моя Родина – Ярославия», координатором которой является ГОУ ЯО «Центр детского и юношеского туризма и экскурсий» [2].

Наряду с политическими факторами большую роль играют финансово - экономические, которые обуславливают, прежде всего, экономическая ситуация региона, состояние бюджета области, введение в работу учреждений малого и среднего бизнеса – условия, позволяющие выделять средства на развитие образовательного туризма. При благоприятной экономической обстановке в регионе до 2025 года планируется открыть 7 образовательных лагерей для школьников, разработать 10 маршрутов экскурсионно-познавательных поездок для детей, создать 5 тематических парков, дальнейшая реализация и продвижение проектов экспедиции «Моя Родина – Ярославия», «Узоры городов России», обеспечивающих межрегиональное сотрудничество [7].

Неотъемлемым фактором развития образовательного туризма в Ярославской области является человеческий потенциал, то есть каче-

ства людей, принципиально влияющие на результаты их активности в рассматриваемой деятельности. Желание современной молодёжи совершать поездки с целью обучения на сегодняшний день является одним из основных факторов, потому как обеспечивает спрос на данный вид туристских услуг, отличающийся доступностью и поддерживаемый в материальном отношении правительством Ярославской области и государственными ведомствами.

Таким образом, образовательный туризм в Ярославской области напрямую зависит от фактора географического положения, культурно-исторических, политических, экономических, социально-демографических, материально-технических, а также человеческого потенциала участников деятельности, то есть потенциала современной молодёжи.

Библиографический список

1. Горлова И.И., Морозов С.А. Образовательный туризм в современной России: сущность и специфика // Аналитика культурологи / под ред. А. Денисовой. Электронное научное издание, вып.3 (27), 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item> (дата обращения: 10.07.2015).

2. ГОУ ЯО «Центр детского и юношеского туризма и экскурсий» [Электронный ресурс]. URL: http://turist.edu.yar.ru/moya_rodina_minus_yaroslaviya.html (дата обращения: 20.05.2015).

3. Патриотическая экспедиция «Моя Родина Россия» [Электронный ресурс]. URL: <http://exprus.edu.yar.ru> (дата обращения: 20.05.2015).

4. Пономарева Т. В. Образовательный туризм: сущность, цели и основные сегменты потребителей [Текст] / Т. В. Пономарева // Проблемы современной экономики: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2015. С. 139-143. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.moluch.ru/conf/econ/archive/132/7188/>.

5. Постановление правительства Ярославской области от 13.08.2014 № 797-п об утверждении Стратегии развития туризма в Ярославской области до 2025 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.yarregion.ru/depts/tourism/tmpPages/docs.aspx> (дата обращения: 10.07.2015).

6. Распоряжение губернатора Ярославской области 09.04.2015 №156-р "О создании Координационного совета по развитию детского туризма в Ярославской области" [Электронный ресурс]. URL: http://turist.edu.yar.ru/koordinatsionniy_sovet_razvitie_d_min_54.html (дата обращения: 10.07.2015).

7. Стратегия развития туризма в Ярославской области до 2025 года. ФГБОУ ВПО Российский государственный университет туризма и сервиса. Ярославль, 2013.

DEVELOPMENT FACTORS OF INFANT AND JUNIOR EDUCATIONAL TOURISM IN Yaroslavl REGION

A.G. Guseynova

Yaroslavl state teacher's training University named after K.D. Ushinsky, Center for children and youth tourism and excursions in Yaroslavl region
Russia, 150000, Yaroslavl, Kotorosnaia naberezhnaia 46;
150007, Yaroslavl, Skvoznoi pereulok 5A; e-mail: aljonka2401@mail.ru
supervisor: PhD, docent, head of a chair - Morozova V.V.

Development goals of educational tourism in Yaroslavl region are considered in this article. It includes main factors of formation and improvement tourist activity in region, main documents, institutions and agencies which have the central role in educational tourism development.

Key words: infant and junior educational tourism, development factors, Yaroslavl region.

УДК 379.85: 338.48: 37.031

РОЛЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В ПОВЫШЕНИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ УЧАЩИХСЯ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

М.В. Долганова, Г.В. Зорькина

Брянский государственный университет имени академика
И.Г.Петровского, 241036, г. Брянск, ул. Бежицкая, 14,
e-mail: dolganova0801@yandex.ru

В статье рассматривается содержание понятия «промышленный туризм» и излагаются результаты исследования перспектив развития промышленного туризма в Брянской области, также обосновывается значение данного вида туризма в повышении технологической культуры учащихся.

Ключевые слова: технологическая культура, производственные экскурсии, промышленный туризм, промышленные и аграрные предприятия, Брянская область.

В XXI веке, благодаря продолжающимся технологической революции и постиндустриализации общества, к человеку стали предъявляться новые функциональные требования: от работника теперь требуется как хорошо развитые производственные функции, так и способности и умения проектировать, принимать решения и выполнять творческую работу. Анализ рынка труда показывает, что из-за быстрой смены технологий за время трудовой деятельности человек вынужден более трех, а то

и четырех раз менять профессию, направления своей деятельности [12].

Отсюда следует, что перед началом трудовой деятельности каждый человек должен получить широкий политехнический кругозор, познакомиться с различными возможностями преобразующей деятельности людей, научиться решать творческие задачи в процессе выполнения проектов, оценивать свои способности и выбирать направление профессиональной деятельности, что подчеркивает высокую значимость широкой допрофессиональной подготовки школьников, их знакомство с миром технологий, овладение ими технологической культурой.

Под технологической культурой понимают уровень развития преобразовательной деятельности человека, выраженный в совокупности достигнутых технологий материального и духовного производства и позволяющий ему эффективно участвовать в современных технологических процессах на основе гармоничного взаимодействия с природой, обществом и технологической средой [11–13].

Повысить технологическую культуру, грамотность и компетентность учащихся могут школьные экскурсии на производство, которые являются одним из основных элементов системы учебных предметов естественного цикла, дополняют программный теоретический материал и создают зрительно-образные представления, которые необходимы для конкретизации и понимания многих программных понятий, дают возможность наблюдать производственные процессы, естественные объекты с точки зрения разных учебных предметов (географии, химии, физики, биологии и других) и специальностей, способствуют ознакомлению учащихся с научными основами современного производства, создают основу для их профориентации, вовлекают в интересную внеклассную работу по предмету и общественно-полезный труд.

Производственные экскурсии делятся на производственно-исторические (раскрывают историю предприятия от его возникновения до наших дней), производственно-экономические (посвящены вопросам производительности и научной организации труда, себестоимости продукции и ее качеству), производственно-технические (показывают ход технологического процесса, работу отдельных цехов и участков) и профессионально-ориентационные для учащихся [14]. Именно они являются основой развития относительно нового направления в туризме России – промышленного туризма, доля которого составляет всего лишь около 1% туристского рынка страны [9].

В научной литературе не существует четко сформулированного определения термина «промышленный туризм», так как исследований, посвященных этому направлению туризма, крайне мало. Промышленный (производственный) туризм включает посещение корпоративных архивов и музеев, лабораторий, заводов, шахт, банков, страховых компаний, торговых палат, фирменных магазинов, шоу-румов (выставочные площадки, на которых демонстрируются образцы продукции или услуг компании) и других центров экономической деятельности, транспортной инфраструктуры и агропромышленных комплексов [3, 5].

Производством промышленной продукции на территории Брянской области занимаются около 400 крупных и средних, и более 500 малых предприятий [6]. Но среди них еще очень мало тех, кто готов открыть двери перед любопытными потребителями, экскурсантами, туристами. Поэтому данный вид туризма в области представлен лишь несколькими десятками предприятий, готовых познакомить туристов со своим производством, и по этой причине рынок на сегодняшний день практически не сформирован.

Крупнейшие туристические фирмы г. Брянска («Апекс тур», «Здравница», «Горизонт», «Вокруг света», «Мир путешествий» и др.) в основном предлагают экскурсии на ОАО «Дятьковский хрусталь», Дятьковскую мебельную фабрику, ООО «Карачевский «Интерьер-промысел» (карачевская игрушка – стеклянные елочные украшения с ручной художественной росписью), ГУП «Брянские сувениры» (журническая роспись – столярные и токарные изделия из различных пород деревьев с ручной художественной росписью), Агрофирму «Культура» и Локотской конезавод [10].

Однако, проведенные исследования показали, что в городе Брянске и области можно создать сеть маршрутов в сфере промышленного наследия различной тематической направленности: посещение предприятий машиностроения, металлообработки, электронной, химической, лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной, легкой и пищевой промышленности, а также строительной индустрии [15].

Наиболее крупными и известными машиностроительными предприятиями области являются: ЗАО УК «Брянский машиностроительный завод», основанный в 1873 г. как рельсопрокатное и железоделательное производство и специализирующийся на выпуске маневровых тепловозов, грузовых вагонов различных типов и модификаций, на производстве судовых дизелей; ОАО «Брянский Арсенал», основанный по указу Екатерины II в 1783 г., выпускающий сначала артил-

лерийские орудия и запасные части к ним, в дальнейшем перешедший на производство мирной продукции, в частности, дорожно-строительной техники (автогрейдеры, дорожные фрезы, асфальтоукладчики, трейлеры и прицепная техника для перевозки дорожно-строительных машин); российско-белорусское предприятие, производящее зерноуборочную и кормоуборочную технику ОАО СП «Брянсксельмаш»; ОАО «Ирмаш», основанное в 1752 г. как железоделательный завод, сегодня производящий современные асфальтоукладчики; ОАО НИИ «Изотерм» – предприятие, занимающееся разработкой и изготовлением специального технологического оборудования для микроэлектроники, выращиванием кристаллов, производством оборудования для атомных станций, медицины, железнодорожных депо; основанное в 1929 г., выпускающее краны на автомобильном ходу ОАО «Клинцовский автокрановый завод» и АОТ «Жуковский мотоцикловый завод», производящий дорожные, горные, скоростные и грузовые велосипеды, квадроциклы, мотоциклы, скутеры.

С производством стали может познакомиться предприятие черной металлургии ООО ПК «Бежицкий сталелитейный завод», который известен свыше 70 лет во всей России и за ее пределами.

Легкая промышленность может быть представлена предприятием ОАО «Брянский камвольный комбинат», основанным в 1956 г., включающим три крупных производства (прядельное, ткацкое и отделочное) под одной крышей и с единой службой управления. Комбинат входит в число ведущих камвольных предприятий России.

Из предприятий лесной и деревообрабатывающей промышленности интересны ООО «Брянская бумажная фабрика», выпускающая бумагу различного назначения, гофрокартон, изделия из гофрокартона и ЗАО «Пролетарий» – картонная фабрика в Сураже – одно из старейших предприятий Брянщины.

С технологиями производства стекла могут познакомиться такие предприятия как: ОАО «Стар Гласе» (стекло цветное строительное и художественное; светорассеиватели к фарам легковых и грузовых автомобилей; сигнальное стекло; светорассеиватели для железнодорожных вагонов; посуда из стекла); ОАО «Кварцит» – правопреемник и продолжатель традиций и мастерства бытошских стеклоделов, которые заявили о себе еще в 1912 году; ОАО «Ивотстекло», основанное в 1785 г. и специализируется на производстве тепло-, звуко- и гидроизоляционных материалов из непрерывного и штапельного стеклянного и базальтового волокна [15].

Интересным объектом для экскурсантов (туристов) может стать и Агроферма «Брянский страус» в г. Унеча, на которой разводят ог-

ромных африканских птиц страусов, в свое время вывезенных из Германии, Бельгии и Дании. На ферме содержится племенное стадо экзотических птиц из тридцати семей [1].

Не многие знают, что на Брянщине есть уникальное место (ООО ССХП «Женьшень», Унечский район), где выращивают женьшень – многолетнее травянистое растение, в народе называемое «корнем жизни», производят его в промышленных объемах и используют в изготовлении ликёро-водочной продукции, безалкогольных напитков, в разработке лекарственных препаратов и лечебных бальзамов. Помимо женьшеня, на плантации площадью несколько гектаров выращивают более 150 видов лекарственных трав (эхинацея пурпурная, лимонник китайский, лапчатка белая, лофант анисовый и т.д.) и получают из них травяные смеси «Живительная сила», «Источник жизни», «Богатырь природы» [7].

Интерес представляет и АПХ «Мираторг», успешно реализующий с 2010 года в области крупнейший в мире проект по созданию высокопродуктивного поголовья мясных пород КРС Абердин-Ангус [2].

На территории области перспективна организация хобби-туров, главное отличие которых от познавательных экскурсий заключается в том, что турист, уже имея четкое представление о любимой продукции и технологии ее производства, желает увидеть все собственными глазами [16]. Например, это посещение крупнейшего производителя ржаного ферментированного и неферментированного солода в РФ и странах СНГ, единственного предприятия, использующего современный способ изготовления пива в барабанах Топфа – ОАО «Брянскпиво». Любителям сыра рекомендуется посещение ТнВ «Сыр Стародубский» и ОАО «Брянский молочный комбинат», выпускающие не только сыры, но и молоко, кефир, сметану, ряженку, йогурты, масло, творог. «Мясоеды» могут посетить такие предприятия как ООО «Мясокомбинат «Тамошь», ООО «Брянский мясоперерабатывающий комбинат» и ООО «Содружество». Для любителей конфет и кондитерских изделий рекомендуется «Брянконфи» – предприятие с полувековыми традициями производства, мировыми стандартами качества, входящее в десятку крупнейших в России кондитерских фирм и объединений [15]. Таким образом, город Брянск имеет все возможности стать «центром» промышленного туризма, как и Челябинск, Кондопога, Байкальск, Красноуральск, Нижний Новгород, Самара и другие города России [9].

Посещение промышленных объектов дает возможность не только увидеть «закулисную жизнь» многих производственных предприятий, фабрик, заводов, но и способствует формированию у экскурсан-

тов технологического мышления, повышает технологическую грамотность, образованность и культуру.

Тем не менее, промышленные экскурсии для предприятия выгодны и производствам. Одна из главных причин такой выгоды – реклама собственного продукта. Кроме прочего, пусть и небольшие, но денежные поступления, а также демонстрация лояльного отношения компании к потребителю, и возможность привлечения молодых специалистов на производство.

Однако, несмотря на богатый туристско-рекреационный потенциал, развитие туризма в Брянской области, в том числе и промышленного, возможно только при достижении соответствия уровня развития туристской индустрии уровню имеющегося туристского потенциала путем объединения усилий органов государственной власти, органов местного самоуправления, общественных объединений, всех заинтересованных организаций, а также самих граждан [4, 8].

Библиографический список

1. Агроферма «Брянский страус». URL: <http://briansk.sprax.ru/firms/626024-bryanskiy-straus-agroferma> (дата обращения 01.07.15)
2. АПХ «Мираторг». URL: <http://www.miratorg-bryansk.foodcost.ru> (дата обращения 01.07.15)
3. Визгалов Д. Совмещение несовместимого. URL: http://www.ng.ru/ideas/2009-04-24/5_promtourism.html (дата обращения 18.06.15)
4. Государственная программа «Развитие культуры и туризма в Брянской области» (2012–2015 годы). URL: <http://docs.cntd.ru/document/974021476> (дата обращения 01.05.15)
5. Данильчук В.Ф. Социально-экономические аспекты управления промышленным туризмом в Донецкой области// Вісник ДІТБ. 2010. №14. С. 52.
6. Итоги и перспективы экономического развития Брянской области. URL: <http://www.bryanskobl.ru/economy-forecast-until-2016/tourism> (дата обращения 06.06.15)
7. ООО ССХП «Женьшень». URL: <http://cfo.spr.ru/unecha-i-unechskiy-rayon/zhenshen-sshp-ooo.html> (дата обращения 01.07.15)
8. Программа «Развитие туризма в Брянской области» на 2013–2015 годы. URL: <http://garant-bryansk.ru/documents/doc1367826421/> (дата обращения 01.04.15)
9. Склярченко С.А., Панченко Т.М., Селиванов И.А., Головенко М.В. Перспективы развития промышленного туризма в России // Российское предпринимательство. 2011. № 10. Вып. 1 (193). С. 146.

10. Турагентства и турфирмы г. Брянска. URL: <http://firms.turizm.ru/cities/bryansk/> (дата обращения 01.06.15)
11. *Хаматгалеева Г.А.* Формирование технологической компетенции как необходимое условие развития технологической культуры учащихся// Известия Самарского научного центра Российской академии наук, т. 12. Педагогика. 2010. №3. С.65.
12. *Хотунцев Ю.Л., Насинов А. Ж.* Технологическое образование школьников: первый этап ИТР и рабочих кадров. //Школа и российское общество. 2008. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tehnologicheskoe-obrazovanie-shkolnikov-pervyy-etap-podgotovki-itr-i-rabochih-kadrov> (дата обращения 07.07.15)
13. *Чащин Е.В.* Техническое и технологическое мышление в современном обществе// Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 35 (289).Философия. Социология. Культурология. Вып. 28. С. 51.
14. Экскурсоведение: учебное пособие/Н.А. Добрина. М.: ФЛИНТА: НОУ ВПО «МПСИ», 2012.
15. 100 лучших предприятий Брянской области. URL: <http://www.puteshestvie32.ru/content/100> (дата обращения 08.12.14)

THE ROLE OF INDUSTRIAL TOURISM IN INCREASE TECHNOLOGICAL CULTURE OF PUPILS BRYANSK REGION

M. V. Dolganova, G. V. Zorkina
Bryansk state university of a name of the academician I.G. Petrovsky,
241036, Bryansk, Bezhitskaya St., 14,
e-mail: dolganova0801@yandex.ru

In this article the content of the concept «industrial tourism» is considered and results of research of prospects of development of industrial tourism in the Bryansk region are stated, value of this type of tourism also locates in increase of technological culture of pupils.

Key words: technological culture; production excursions; industrial tourism; industrial and agrarian enterprises; Bryansk region.

РАЗВИТИЕ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

М.Ю. Евдокимов, Е.В. Евдокимова

Московский государственный областной университет

141014, г. Мытищи, ул. В.Волошиной, 24,

e-mail: 89107207477@mail.ru

В статье рассматривается география развлекательных видов туризма, особенно связанных с активными видами и формами отдыха. Дается характеристика этапов развития развлекательных видов туризма на особо охраняемых природных территориях России.

Ключевые слова: туризм, особо охраняемые природные территории, география туризма, факторы развития туризма, развлекательный туризм.

Развитие туризма на особо охраняемых природных территориях долгие годы носило в России характер преимущественно природо-охранный [2]. Экологические тропы, иногда познавательные объекты, были связаны либо с историческим наследием, либо с его имитацией, т.к. достаточно широко распространилась мода на возрождение языческих элементов культуры. В основном развлекательность была связана с реконструкцией событий, например, обрядовых, военно-исторических [1]. Несмотря на то, что большинство из них с чисто исторической точки зрения не были классифицированы и достоверны, интерес к ним долгие годы подогревался системой запретов, мифологизации и легендирования. В ход пошло все – от языческих героев славян до более поздних былинных персонажей.

Этот этап был необходим, но, к сожалению, он в значительной мере исчерпал себя. С одной стороны, повысилась требовательность к достоверности фактов, героев, орудий труда, быта. С другой стороны, в связи с накоплением объектов показа, стали создаваться комплексы, к сожалению, довольно часто разновозрастные, разнокультурные и даже территориально не связанные между собой. Период, когда можно было свозить в одно место памятники разные по времени, но однотипные по принципу, прошел в 80-х гг. прошлого века. Особенно известны музеи деревянного зодчества под открытым небом.

Появилась необходимость их оживления, анимации, придания характера сопричастности и народной памяти, именно поэтому потребовалось разделение развлекательных видов туризма в ООПТ на несколько ветвей, а точнее разновидностей.

Природным объектам нужно придать большую наглядность и «мини-музейность» (музеи камня, дерева, огня, кричного железа и т.п.), можно сделать их научно-популярными центрами (музеи воды). Это повысит научность и познавательную значимость, привлекательность объектов для подрастающего поколения, особенно если это культура другого народа или другой территории.

Второй тип, наиболее распространенный на Западе, – парки прикладные и развлекательные, носят преимущественно полуспортивный характер, требуют особого снаряжения и инструкторов, обустроенности и неукоснительного соблюдения техники безопасности. Элементы этого вида развлечений всегда встречались среди молодежи (походы байдарочные, конные, скалолазание, преодоление препятствий – типа Форта Боярд с поиском кладов). Это типичные развлекательные анимационные программы, лишь слегка имеющие историческую ценность.

Третий тип – фольклорно-исторический. После распада СССР в моду вошло множество языческих праздников (Иван Купала, Дед Мороз). Это чисто анимационные программы, которые могут включать соревновательные элементы (катание на тройках, кидание сулицы, стрельба из лука). Они успешно сопровождаются сувенирами языческой направленности, что дает возможность вспомнить орнаменты, узоры, кухню (морковный и капорский чай, толокно, гороховый кисель, репнину). Это программы прикладного характера, воссоздающие эпоху русского быта первой половины 16 века.

Последний вид – современный «индустриальный» туризм, связанный с моторизацией (квадроциклы, дельтапланы, снегоходы, глissеры с электрическим мотором), информатизацией (квесты) и другими современными требованиями молодежи.

Для всего этого нужно ввести реестр, требования к каждому виду развлекательного туризма и специализацию (вплоть до зонирования) территорий для передачи накопленного стихийно опыта. Это позволит усилить привлекательность ООПТ для потенциальных туристов. Одной из самых сложных проблем выступает сталкивание разнородных интересов – это и административный, и территориальный, и финансовый интересы, не говоря уже о гигантской проблеме в кадрах. А если учесть ещё и возрастные, гендерные, социальные различия.

Сегодня сплошь и рядом сосуществует калейдоскоп объектов, явно не соответствующих друг другу. Так, в центральной России вместо засечных укреплений появляются сторожевые башни «сибирских острогов», капища балтских племен подменяются славянскими, поселения раннего средневековья «получают» планировочные структуры, и так можно продолжать до бесконечности. С развлекательной точки зрения это оправдано, но только если делать основной упор на мифо-

логизацию, повторяя мультипликационную анимацию, которая уже прочно вошла в систему развлекательных ценностей молодежи [3].

Мы не рассматриваем промысловый туризм, который также может иметь развлекательную составляющую (спортивное рыболовство, фотоохота), т.к. это несколько другой характер туризма и требует специального оснащения и создания целой индустрии данного вида туризма.

Стихийные элементы этих видов развлекательного туризма мы наблюдаем на территории Национального парка «Смоленское Поозерье», где они причудливо переплетены, но не носят системного характера, а развиваются благодаря энтузиазму отдельных представителей предпринимательских структур [4].

Для первого периода это необходимо для усиления туристской привлекательности территории, в дальнейшем необходимо упорядочить виды туризма, провести зонирование территории, выделить зоны и их сочетание. А на территории ООПТ, как показывает опыт зарубежных стран, это сделать гораздо проще.

Библиографический список

1. *Евдокимов М.Ю., Евдокимова Е.В.* Историко-культурное и природное наследие в региональном развитии (на примере Смоленской области): монография. Смоленск, 2002. 116 с.
2. *Боханов В.Н., Боханов В.В., Гордеев А.М., Гордеев Ю.А., Евдокимов М.Ю., Кремьен А.С., Прудников А.Д.* Природные и историко-культурные памятники ландшафтов Смоленской области (монография). Смоленск, 2004. 240 с.
3. *Евдокимов М.Ю.* Мифы и реалии регионального развития турбизнеса. В сб. Туризм и региональное развитие. Смоленск: Универсум, 2004. С. 95-98.
4. *Евдокимов М.Ю., Евдокимова Е.В.* Проблемы и перспективы развития туризма в Смоленской области. – В сб. Развитие туризма в Балтийском регионе: предпосылки, современное состояние и перспективы. Псков, 2011. 252 с.

DEVELOPMENT OF RECREATIONAL TOURISM IN SPECIALLY PROTECTED NATURAL TERRITORIES

M.Y. Evdokimov, E.V. Evdokimova
Moscow State Regional University,
141014, Mitishi, street V. Voloshinoy, 24,
e-mail: 89107207477@mail.ru

The article considers the geography of leisure types of tourism, especially related to active forms of recreation. The characteristic of stages of development of leisure tourism in specially protected natural territories of Russia.

Key words: tourism, protected areas, tourism geography, factors of development of tourism, entertainment tourism.

РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ

Н.А. Емельянова, А. И. Кусерова

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева,

430000, г. Саранск, ул. Советская, 24,

e-mail: emelyanova-nata@yandex.ru, anna-kuserova@yandex.ru

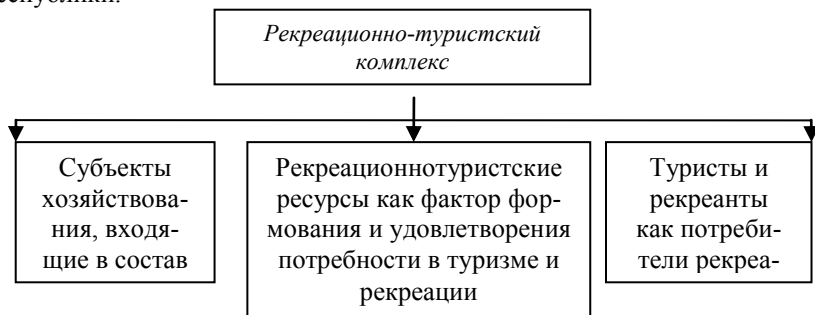
В статье раскрываются региональные особенности рекреационного освоения Республики Мордовия. Выделяются этапы становления и современное состояние рекреационного комплекса на территории республики. Выделяются проблемы, тормозящие развитие рекреационного комплекса Мордовии.

Ключевые слова: Республика Мордовия, рекреация, рекреационный комплекс, рекреационные районы рекреационные зоны.

В современных условиях рекреационная сфера формируется как самостоятельная индустрия, важная составляющая экономической системы. Для Республики Мордовия развитие туризма и рекреации является одним из приоритетных направлений деятельности. Территориальная организация рекреационной деятельности характеризуется выделением рекреационных зон, районов и комплексов. В широком смысле понятие «рекреационный комплекс» включает в себя рекреационные ресурсы, оздоровительные и лечебные учреждения, туристские организации и их материальную базу, а также предприятия, инфраструктуры (транспорт, связь, предприятия бытового, культурного, торгового, спортивного обслуживания). С данным понятием пересекается понятие «рекреационно-туристский комплекс», который представляет собой совокупность отраслей, обеспечивающих производство рекреационно-туристского продукта, образующуюся в результате интеграции трех групп отраслей: санаторно-курортной, туристско-экскурсионной, спортивно-оздоровительной. Системообразующие элементы рекреационно-туристского комплекса представлены на рис. Развитие рекреационно-туристского комплекса обеспечивает создание дополнительных рабочих мест, улучшение инвестиционного климата, активизацию предпринимательской деятельности [3].

Освоение и развитие рекреационных ресурсов Республики Мордовия началось в 60–70-х гг. XX в. Примерно в это время были выделены 4 основные зоны рекреационного районирования: Приинсарская, Примокшанская, Присурская и Приалатырская, включающие 11 природно-рекреационных районов. В настоящее время в республике функционирует 6 рекреационных зон, которые включают 15 рекреационно-туристских комплексов (таблица) [2].

Старейшим учреждением в рекреационном комплексе Мордовии считается детский санаторий «Сосновый бор» (Ковылкинский район), который был открыт в 1965 г. в Примокшанье. Затем был значительный временной перерыв в освоении рекреационных ресурсов республики.



Структура рекреационно-туристского комплекса

В 1980-х гг. начался новый этап в формировании рекреационного комплекса. В этот период в Мордовии был открыт ряд лечебно-оздоровительных учреждений: санаторий «Алатырь» (1980 г.), санаторий «Саранский» (1986 г.), санаторий «Мокша» и др. Всего в период с 1970 по 1991 гг. в составе рекреационного комплекса Республики Мордовия функционировало 64 лечебно-оздоровительных учреждения, из них: 5 санаториев, 10 санаториев-профилакториев, 30 оздоровительных детских лагерей.

География рекреационных зон и рекреационно-туристских комплексов [5]

<i>Рекреационная зона</i>	<i>Рекреационно-туристский комплекс</i>
Приинсарская	Саранско-Рузаевский
Примокшанская	Темниковский, Краснослободский, Ковылкинский, Присивиньский, Ельниковский
Присурская	Сабаевский, Енгальчевский, Симкинский, Инеркский
Приалатырская	Смольнинский, Ардатовский
Привадская	Зубово-Полянский, Ширингушский
Прииссинская	Инсарский

Распад СССР и последовавшие за этим проблемы во всех сферах жизни общества отразились и на рекреационных учреждениях. Кризис бюджетной сферы, а также разрушение централизованной системы распределения путевок через органы профсоюзов породило несколько самостоятельных и мало связанных между собой организаций, подотчетных различным органам. Это послужило поводом к разруше-

нию еще не сложившегося рекреационного комплекса на территории Мордовии, что проявилось в сокращении количества посещений лечебно-оздоровительных учреждений. Наиболее яркий пример: посещаемость санатория «Саранский» (АО «Водогрязелечебница») в 1992 г. составила 4396 человек, а в 1994 г. – 1869 человек.

Новый этап формирования рекреационного комплекса республики начался в 2000-е гг. Появляется санаторий «Надежда», возникает новый вид рекреационных учреждений – базы отдыха, который начинает превалировать над другими учреждениями рекреации, сокращается количество детских оздоровительных лагерей.

В настоящее время в рекреационном комплексе Республики Мордовия функционирует 52 лечебно-оздоровительных учреждения: 4 санатория, в т. ч. 3 – детских. К ним относятся санатории «Саранский», «Мокша», «Алатырь», «Надежда», детские санатории «Лесная сказка», «Сосновый бор», «Большеберезниковский детский противотуберкулезный санаторий», 3 санатория-профилактория (в МГУ им. Н.П.Огарёва, МГПИ им. Евсевьева), 15 баз отдыха («Смольный», «Отрада», «Сура», «Просто-Квашино», «Карельская», «Доломит» и др.) и 27 детских лагерей [4].

На современном этапе развитие рекреационного комплекса продолжается, и о его полном формировании говорить нельзя. Проблемами, тормозящими развитие рекреационного комплекса Республики Мордовия, можно считать:

- отсутствие государственного финансирования, и очень малая доля в финансировании от частных предприятий;
- довольно низкий уровень развития туристской инфраструктуры и сервиса при неадекватно высоких ценах на различные виды сервисных услуг;
- недостаточная освоенность многих природных объектов (рек и озёр) Мордовии;
- неразвитость экологической культуры (актуально для баз отдыха, детских лагерей) [1].

Для республики характерна неоднородность рекреационного освоения. Наиболее освоенными в рекреационном отношении являются Краснослободский, Кочкуровский, Ковылкинский, Большеберезниковский и Ичалковский районы. На их территориях сосредоточен 61% всех рекреационных учреждений, из них более половины расположено в Кочкуровском и Краснослободском районах, где сконцентрирована большая часть оздоровительных лагерей для школьников.

Между тем, территория Мордовии характеризуется благоприятными для рекреационного обслуживания населения условиями. На-

пример, Ардатовский, Дубенский, Zubovo-Полянский, Темниковский, Теньгушевский, Чамзинский районы располагают живописными местами с лесными массивами и водными ресурсами, где можно создать как традиционные формы рекреационных учреждений: санатории, дома и базы отдыха, оздоровительные молодежные лагеря, так и новые: приюты рыбаков и «зимовки» охотников, лодочные станции, кемпинги.

Решение этих проблем возможно в нескольких вариантах:

1. Привлечение финансирования со стороны малого бизнеса.
2. Повышение качества туристской инфраструктуры и сервиса при сочетании оздоровления, отдыха и туризма с учётом местных природных и исторических рекреационных ресурсов.
3. Повышение транспортной доступности до учреждений рекреационного комплекса.
4. Оптимальное размещение системы рекреационных учреждений.
5. Дальнейшее освоение природных рекреационных ресурсов Республики Мордовия.

При условии выполнения вышеуказанных мероприятий можно обеспечить более полное формирование рекреационного комплекса Республики Мордовия и дальнейшее развитие туристской и рекреационной деятельности в регионе.

Библиографический список

1. *Боброва И. А.* Проблемы развития рекреационно-оздоровительной инфраструктуры в Мордовии // Медико-социальные аспекты формирования здорового образа жизни: новые взгляды и решения: Всероссийская научно-практическая интернет-конференция с международным участием, 30 сентября – 30 декабря 2012 г. URL: <http://www.conference-mgpi.ru/1/1-11-Bobrova.html> (дата обращения: 06.07.15).
2. *Емельянова Н. А.* Рекреационный комплекс Республики Мордовия: исторический аспект // Рекреационная география и инновации в туризме: материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Иркутск, 2014. С. 207–208.
3. *Ключкова Т. В.* Развитие механизма управления рекреационно-туристским комплексом (на примере Республики Адыгея): Автореф. дис. канд. экон. наук. Москва, 2007. 24 с.
4. *Республика Мордовия:* справочник-путеводитель. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2014. 112 с.

5. Ямашкин А. А. Геоэкологический анализ процесса хозяйственного освоения ландшафтов Мордовии. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2001. 228 с.

RECREATIONAL COMPLEX OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA

N. A. Emelyanova, A. I. Kuserova

Mordovia State University after N. P. Ogarev,

430000, Saransk, street Sovetskaya, 24, e-mail: emelyanova-nata@yandex.ru

The article describes the regional characteristics of the recreational development of the Republic of Mordovia. Highlights the stages of development and modern state of the recreational complex on the territory of the Republic of Mordovia. Highlighted the problems hindering the development of the recreational complex of Mordovia.

Key words: the Republic of Mordovia; recreation; recreation complex; recreational areas; recreational zone.

УДК 910.26

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ УЧЕБНЫХ МАРШРУТОВ

А.Г. Жеренков, Д.А. Мидоренко, И.С. Солдатенко

Тверской государственный университет,

170002, г. Тверь, Садовый пер., 35, e-mail: jerenkov_tsu@mail.ru

midorenko.da@tversu.ru soldis@tversu.ru

Авторами дан обзор современных средств и технологических решений по организации и представлению материалов образовательных выездных мероприятий (в том числе зарубежных), реализуемых на базе Тверского государственного университета.

Ключевые слова: образовательный Интернет-ресурс, маршрут, учебно-ознакомительные практики, картографические web-приложения.

Географическое образование не может обойтись без полевых практик, научных экспедиций, экскурсий и других выездных мероприятий. Выездные практики проводятся как ознакомительные и всегда направлены на закрепление первичных профессиональных навыков.

Успешная реализация ознакомительных практик и формирование у студентов необходимых компетенций, при прочих равных условиях, возможна в случае применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

В Тверском государственном университете давно и успешно действует система организации, проведения и представления учебных выездных мероприятий.



Рис. 1. Страница Интернет-ресурса «Маршруты зарубежных учебных поездок Тверского государственного университета»

Для этих целей в 2000 г. был запущен двуязычный тематический Интернет-ресурс «Маршруты зарубежных учебных поездок Тверского государственного университета» (<http://travel.tversu.ru/>), предназначенный для студентов и сотрудников факультета географии и геоэкологии (Рис. 1).

В настоящий момент на сайте доступна информация о 20 географических маршрутах, проводившихся в разные годы и охватывающих Скандинавию, некоторые страны Центральной и Южной Европы, США.

По каждому из маршрутов представляется развернутая и детализированная информация, включающая в себя:

– Приказы, рабочие графики подготовки, отчёты организационных собраний, информация о проживании, питании и пр.

– Список группы, выполненный в табличной форме с указанием фамилии участника, его статуса (преподаватель или студент), наличия загранпаспорта, получения визы и покупки проездных документов

– План, с указанием дат прохождения по маршруту, ключевых пунктов маршрута, и расстояний между ними

– Карта маршрута (в том числе и интерактивная)

– *Подробная программа с описанием всех экскурсионных объектов*

– *Фотоотчёты или видеоролики (опубликовано более 200 роликов со средней продолжительностью 3 мин., на личном канале А.Г. Жеренкова видео хостинга YouTube (<http://www.youtube.com/channel/UCUtDDEzVX7RjZ3VtXqFOAJQ>))*

Многолетний анализ аудитории Интернет-ресурса показал, что им активно интересуются родители студентов, учащиеся других факультетов Тверского государственного университета, а также студенты и преподаватели ВУЗов России и мира.

Формирование группы через меню «Список» на сайте дисциплинирует каждого участника и делает прозрачным оформление официальных документов, а публикация подробной программы маршрута даёт возможность уже на подготовительном этапе собирать достаточный материал по каждому из объектов практики.

Прохождение маршрута и последующее написание отчёта позволяет студентам участвовать в работе сайта, публикуя свои результаты. Следует отметить и то, что работа студентов с Интернет-ресурсом существенно помогает им в формировании необходимых общекультурных и профессиональных компетенций.

С 2010 года в Тверском государственном университете действует Образовательный геопортал (<http://geoportal.tversu.ru/Atlas/>) – комплексный открытый географический Интернет-ресурс, аккумулирующий и распространяющий разноплановые учебные, научные и справочные пространственные данные на территорию Тверской области.

Одним из элементов геопортала является раздел «*Учебно-ознакомительные маршруты и практики*», содержащий картографические web-приложения, использующие географию как средство организации и представления выездных мероприятий (Рис. 2).

Разработка web-приложений базируется на использовании готовых шаблонов картографического ресурса *Storytelling with maps* компании *Esri*, представляющих собой удобный способ публикации без необходимости написания исходного кода.

На этапе формирования web-приложений происходит объединение географических данных (экскурсионные объекты) с web-картами маршрутов, что обеспечивает им дополнительные мультимедийные функции (использование влияющих подсказок, текстовых описаний, фотографий, картинок, видео).

В результате полученные Интернет-ресурсы сочетают в себе картографическую точность с наглядностью, интерактивностью и простотой использования.



Рис. 2. Стартовая страница раздела «Учебно-ознакомительные маршруты и практики»

На сегодняшний день представлены *web*-приложения, рассказывающие об учебно-ознакомительных маршрутах по России, Норвегии, Финляндии, Италии, Болгарии, Испании и Португалии. Часть из них имеют версии на английском и болгарском языках.

Некоторые приложения интегрированы в образовательный Интернет-ресурс «Маршруты зарубежных учебных поездок Тверского государственного университета»; ряд картографических *web*-приложений опубликован на официальном сайте *Esri Story Maps* (<http://storymaps.arcgis.com/>).

EDUCATIONAL ONLINE RESOURCES AS A TOOL FOR ORGANIZING AND PRESENTING TRAINING ROUTES

A.G. Zherenkov, D.A. Midorenko, I.S. Soldatenko

Tver State University,

170002, Tver, Sadoviy per., 35, e-mail: jerenkov_tsu@mail.ru midorenko.da@tversu.ru
soldis@tversu.ru

The authors provide an overview of modern means and technological decisions for the Organization and presentation of materials of educational outreach activities (including foreign), implemented on the basis of the Tver State University.

Key words: educational online resource, route, study practices, mapping web-application.

ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ МАКСИМУМ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА

Г.Н. Захаренко

Соликамский государственный педагогический институт
(филиал ФГБОУ ВПО ПГНИУ)

618540, Пермский край, г. Соликамск, ул. Северная 44,
e-mail: zgn.86@mail.ru

В статье рассматриваются проблемы организации направлений инвестиционных процессов в рамках гармонизации организационно-экономической модели туристского кластера.

Ключевые слова: инвестиции, организационно-экономическая модель, туристский кластер, инфраструктурный максимум, туристский спрос, туристское предложение.

Туристско-рекреационный кластер представляет собой сложную систему элементов. Выступая в качестве важной составляющей хозяйственного комплекса региона, обладающего туристскими и рекреационными ресурсами, кластер характеризуется как совокупность технологически и экономически взаимосвязанных, пропорционально развивающихся производств и предприятий, подчиненных частным структурам, органам управления федерального, регионального и муниципального значений, сосредоточенных на ограниченной территории и использующих ее ресурсы и единую инфраструктуру. При этом между структурными компонентами кластера устанавливаются определенные связи, интенсивность которых выше, чем интенсивность связей самого комплекса с внешней средой. Эти системообразующие связи позволяют определять туристско-рекреационный кластер как некую целостность, в той или иной степени самостоятельно функционирующую по отношению к внешнему окружению [1].

Инвестирование в развитие туристско-рекреационного кластера в широком понимании – это увеличение количества и качества основного капитала в отрасли, совершенствование качественных инновационных процессов на уровне используемых в производстве комплексной туристско-рекреационной услуги ресурсов, техники и технологии.

Результатами инвестиционных процессов на микроэкономическом уровне являются дисконтированный доход, чистый дисконтированный доход. Данные показатели включая индекс

доходности, рисковость инвестиционных проектов представляют собой условия определяющие интерес к инвестированию на территории туристско-рекреационного кластера.

Основными ожидаемыми социальными и экономическими эффектами на региональном (мезо-) уровне экономики традиционно являются доля предприятий, оказывающих услуги туристам, в структуре ВРП (валового регионального продукта) с учетом мультипликативного эффекта; их доля в структуре налоговых поступлений в бюджеты разного уровня; количество занятых на предприятиях создания и оказания услуг туристам, производства и продажи туристских товаров; снижение уровня социальной напряженности, связанной с отсутствием работы и соответственно дохода у населения; увеличение валютных поступлений; увеличение за счет въездного туризма доли экспорта услуг и товаров субъекта РФ и т.д.

Для получения указанных социальных и экономических эффектов, необходимо инвестировать в развитие туристское предложение (St) и спрос (Dt) в отношении туристского кластера.

Под туристским предложением мы понимаем количество товаров или услуг, направленных на удовлетворение потребностей внутреннего или въездного туриста, предложенных производителями и продавцами в конкретных социально-экономических условиях и по конкретной цене, за вычетом не туристского спроса на данные товары и услуги местного населения. Данное определение можно представить в виде формулы:

$$St = \sum_{n=1}^n Sn - Dmn, \quad (1)$$

где: St – туристское предложение РТД; Sn – предложение n -ого вида товара или услуги РТД; Dmn – не туристский спрос местных жителей на товары или услуги n -го вида; n – n -ый вид товаров или услуг, направленный на удовлетворение туристских потребностей и равный 1,2,3,... n .

Туристский спрос на комплексную туристскую услугу кластера – это количество товаров или услуг, которое готовы приобрести внутренние и въездные туристы в данных социально-экономических условиях по конкретной цене. Туристский спрос в виде формулы можно представить в следующем виде:

$$Dt = \sum_{n=1}^n Din + Ddn, \quad (2)$$

где: Dt – туристский спрос на комплексную туристскую услугу кластера; Din – спрос въездных туристов на n -ый вид товаров или услуг туристского кластера; Ddn – спрос внутренних туристов на n -ый вид товаров или услуг кластера; n – n -ый вид товаров или услуг, на-

правленный на удовлетворение туристских потребностей и равный 1,2,3,...n.

Туристский кластер предоставляет потребителям – туристам – комплексную туристскую услугу, поэтому мы считаем целесообразным для анализа динамики предложения и спроса использовать такое понятие, принятое многими исследователями в области туризма, как средние туристские траты в сутки одного туриста (Dt инд. (Т)). Средние туристские траты представляют собой спрос на товары и услуги одного туриста в сутки во время его пребывания на территории кластера. Приближенное значение можно установить при помощи экспертного мнения ведущих специалистов туроператоров РТД, а также аналитическим способом на конец анализируемого периода:

$$Dt \text{ инд. (Т)} = \frac{Dt (Т)}{Q (\text{чел./день}) (Т)}, \quad (3)$$

где: Т – временной период (год, квартал, месяц и т.д.); Dt инд. (Т) – средние туристские траты в сутки одного туриста на территории кластера; Q (чел./день) (Т) – количество человек/день за определенный период времени (год, квартал, месяц и т.д.) на кластера.

Однако современные методы статистических исследований, применяемых на территории субъектов РФ, не дают нам значений туристского спроса, а количество человек/день можно определить только по данным, предоставляемым коллективными средствами размещения. Поэтому чаще применяется метод экспертных оценок.

Анализ того, какие товары, услуги и почему покупает турист на территории туристского кластера и сколько он готов за них заплатить, – одна из ведущих задач в управлении развитием туристского потенциала территории и современной науки о туризме.

Комплексная туристская услуга кластера обязательно включает в свой состав ночевку (услугу коллективных средств размещения), в противном случае её невозможно было бы квалифицировать как туристскую. Следовательно, туристский спрос и предложение комплексной туристской услуги региональной дестинации можно обозначить как некоторое количество человек в день (сутки). Для определения спроса и предложения в денежном выражении необходимо умножить количество человек/день на величину средних туристских трат в сутки.

Современные модели управления инвестиционным обеспечением туристских кластеров направлены на обеспечение равновесия спроса и предложения. Однако, по нашему мнению, это не совсем верно.

Туристская услуга потребляется там, где производится,

следовательно, потребителю (туристу) приходится покидать место постоянного пребывания и отправляться в туристскую дестинацию для удовлетворения данного типа потребности. Поэтому для реализации туристского предложения РТД очень важно, сколько человек в день может пропустить на территорию дестинации имеющаяся туристская инфраструктура. Под туристской инфраструктурой РТД в данном случае мы понимаем весь её комплекс за исключением инфраструктуры производства (транспортные услуги, услуги коллективных средств размещения, предприятий питания и т.д.), поскольку в приведенной нами модели мы определяем эту часть инфраструктуры как туристское предложение. Туристская инфраструктура определяется величиной инфраструктурного максимума ($\text{инф}V_{\text{max}}$) [3]. Это минимальное максимальное значение компонентов туристской инфраструктуры РТД (места прибытия, пути сообщения, допустимые предельные единовременные нагрузки на коммунальные сети и т.д.), измеряемое в человек/день за определенный период времени.

Часто исследователями в туризме инфраструктура рассматривается как ресурс, необходимое внутреннее условие, фактор развития туризма. Определяя туристский спрос и предложение кластера как некоторое количество человек/день в определенный период времени (год, квартал, месяц), мы предлагаем рассмотреть туристскую инфраструктуру в качестве элемента равновесия туристского спроса и предложения. В данном случае элемент инфраструктуры становится автономным направлением прямых инвестиций, требующих учета, и количественно связывается со спросом и предложением.

Таким образом, общепринятая модель равновесия спроса и предложения становится трехкомпонентной, где изменение величины одного из компонентов будет существенно влиять на состояние системы туристского кластера в целом.

Приведенная организационно-экономическая модель достигает равновесия при следующем условии: $D_t = \text{инф}V_{\text{max}} = S_t$, где D_t – совокупный туристский спрос на товары и услуги дестинации внутренними и въездными туристами; S_t – совокупное туристское предложение товаров и услуг предприятиями дестинации для внутренних и въездных туристов; $\text{инф}V_{\text{max}}$ – инфраструктурный максимум. Однако данное равновесие недостижимо, так как невозможно идеальное рыночное равновесие. Отношение данных параметров управляемой подсистемы будет диктовать направление инвестирования в системе туристского кластера. Наиболее типичными

могут являться следующие ситуации:

– $Dt = \text{инф}V_{\max} > St$, при данных условиях инфраструктура дестинации способна освоить весь поток туристов, однако предложения не хватает;

– $Dt = \text{инф}V_{\max} < St$, при данных условиях предприятия несут убытки от нереализованных услуг и непроданных товаров. Необходимо развивать спрос;

– $Dt > \text{инф}V_{\max} > St$, приводит к экономическим потерям, связанным с нереализацией спроса по причине отставания в развитии как инфраструктуры, так и предложения кластера. Необходимо плавное выранивание инфраструктурного максимума и туристского предложения, с последующим приближением их к уровню спроса;

– $Dt < \text{инф}V_{\max} < St$, в этих условиях дестинация теряет прибыль и ресурсы за счет нереализованного предложения. Нужны инвестиции в выравнивание уровней спроса и инфраструктурного максимума, с последующим их увеличения до существующего предложения;

– $Dt < \text{инф}V_{\max} > St$, в данных условиях необходимо увеличение туристского предложения, но главным сдерживающим фактором является низкий спрос. В вопросе повышения спроса главной силой должен являться бюджет региональной администрации. Это приведет к ситуации $Dt = \text{инф}V_{\max} > St$, что близко к равновесной модели, либо при неблагоприятных инвестиционных условиях к следующим позициям;

– как правило, на увеличение туристского спроса работает две силы – это средства самих туристских предприятий и средства региональной администрации. К тому же интерес к дестинации поднимается быстрее, чем развивается инфраструктура. За счет этого спрос растет быстрее, чем мощность инфраструктуры: $Dt > \text{инф}V_{\max} < St$, при данных условиях экономический ущерб самый значительный;

– относительно благоприятной, близкой к равновесной модели развития управления туристским потенциалом региональной дестинации является $Dt > \text{инф}V_{\max} = St$, высокий спрос при благоприятных инвестиционных условиях позволяет вовлекать средства в туристский комплекс дестинации, тогда как администрация может направить все силы на решение проблемы увеличения мощности инфраструктуры. Однако дестинация несет экономические потери за счет нереализованного спроса. При инертности региональных властей ситуация может измениться к $Dt > \text{инф}V_{\max} < St$;

– $Dt < \text{инф}V_{\max} = St$, предприятия туристского комплекса несут

потери за счет нереализованных туристских услуг и товаров. Решение данной проблемы возможно за счет частно-государственных инвестиций. Главными мотивами данного партнерства являются имеющиеся убытки предприятий туристского комплекса от его деятельности и благоприятная политика региональной администрации в отношении организации инфраструктуры и намерений продвигать туристский продукт дестинации на рынках различного уровня.

Предлагаемая базовая организационно-экономическая модель управления инвестиционными процессами развития туристского кластера позволит оптимизировать данные процессы, избежать существенных экономических потерь как микро-, так и на макроуровне экономики региона.

Библиографический список

1. *Богданов Е. И.* Современные проблемы теории и мотивации в туризме// Теория и практика сервиса. ГУСЭ. 2010 г. с. 54-61.
2. *Богданов Е. И., Назиров А. Э.* Наука о туризме: современные философские подходы к её пониманию// Теория и практика сервиса. ГУСЭ. 2009 г. с. 97-105.
3. *Захаренко Г.Н.* Туристский потенциал региональной дестинации и эффективность его использования в индустрии туризма (на примере Пермского края): Автореф. дис. канд. эконом. наук, 2011. 22 с.

INFRASTRUCTURE AS A DIRECTION MAXIMUM INVESTMENT PROCESSES TOURISM CLUSTER

G.N. Zakharenko

Solikamsk State Pedagogical Institute (branch) Perm State University Research,
618540, Perm, Solikamsk, st. Severnaya 44, e-mail: zgn.86@mail.ru

The article deals with problems of the organization directions of investment processes within the organization and harmonization of the economic model of the tourism cluster.

Key words: investments, organizational and economic model, a tourist cluster infrastructure maximum tourist demand, tourist offer.

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ТУРИСТСКОМУ РАЗВИТИЮ РЕГИОНА В ПРОЕКТЕ «ПЕРМЬ ВЕЛИКАЯ»

А.И. Зырянов

Пермский государственный национальный исследовательский
университет

614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, e-mail: ziryarov@psu.ru

Описаны новые географические подходы при создании проекта «Пермь Великая» по развитию туризма в Пермском крае. Проект направлен на увеличение числа посещений региона и возрастание внутреннего туризма, на создание инфраструктуры туризма, включение в туризм внегородских территорий.

Ключевые слова: туризм, Пермский край, туристская инфраструктура, тематические парки, туристские кластеры и доминанты.

Проект ведет к созданию новой пространственной организации туризма в Пермском крае. Основа проекта стала формироваться более 10 лет назад, когда сотрудники кафедры туризма Пермского университета сосредоточились на определении географических мест, обладающих наибольшим потенциалом. Нужен был проект, который бы поставил туристскую отрасль края в один ряд с теми регионами страны, где туризм – отрасль специализации, а туристские ресурсы мирового уровня.

Традиционным подходом в развитии туризма является выбор отдельных наиболее потенциальных мест, признание их точками роста и их особая поддержка. Практически все субъекты Федерации действуют в туристских программах принципами концентрации ресурсов и создания полюса (чаще одного, гораздо реже двух-трех полюсов) роста. Однако ряд отечественных особенностей, а именно уникальные размеры страны, пространственная дисперсность туристской сферы, большие возможности саморазвития отрасли и риск предсказуемости спроса позволили выдвинуть иной принцип в региональной туристской политике и считать его более реалистичным, эффективным и этичным. Этот принцип состоит в том, что туризм развивается на всей без исключения территории края, включая краевой центр, большие и малые города, ближние и дальние муниципальные районы.

В таком регионе как Пермский край, чтобы вывести туристскую сферу на российский и международный уровень следует перейти от разработки локальных туристских проектов к системному развитию туризма в регионе. Это необходимо в связи с тем, что один, даже очень известный туристский объект, не обеспечивает необходимой основы

для достаточного продвижения региона. Через развитие взаимосвязанной системы туристских объектов, выражающих возможности всех территорий края можно выйти на принципиально иные масштабы этой деятельности. Для этого разработан методологический подход, который в проекте назван кластерно-доминантным [3].

Проект создан на основе исследований ресурсного потенциала, географии потоков, маршрутной структуры, туристского районирования, определения сложившихся кластеров и из зонального строения [1,2,4,5,6]. На этой базе можно сделать выводы.

В крае сложился ряд туристских районов, на основе которых сформировались или формируются туристские кластеры. Туристские районы и кластеры соответствуют гравитационным особенностям системы расселения, маршрутными рисунками и характером деятельности повторяют транспортно-расселенческую структуру края. Главными узлами современной территориальной организации туризма являются значительные города региона, создавая более централизованную (Пермь, Кунгур, Соликамск, Чусовой) или менее узловую (Чайковский, Кудымкар, Очер, Чердынь, Красновишерск) туристско-рекреационные системы.

Несмотря на то, что туристский ресурсный потенциал муниципалитетов и городов края значителен, видовая структура туризма развита, сложились крепкие рекреационные традиции населения, а все туристские районы по содержанию самобытны, современная территориальная организация туризма в регионе, ориентированная на иерархичную сеть городов, недостаточно способствует развитию туризма.

Это приводит к постепенному развитию туризма как вспомогательной отрасли, способствует перегрузке городских инфраструктур, сжатию экономического пространства, социально-экономическому опустыниванию удаленных от городов мест. Несмотря на градоориентированную систему, туризм играет в пермских городах подчиненную роль и за редким и не профилирует их во всероссийском масштабе. Из 25 городов края нет ни одного города, достигшего ранга туристского центра, и лишь 2-3 могут претендовать на ранг туристского места. При сохранении сложившихся условий, туристская отрасль и далее будет за исключением единичных мест лишь фоном промышленного развития, не работая креативно на российском и мировом уровнях.

Такая тенденция хозяйственно-побочного развития туризма, по-видимому, будет сохраняться и далее, если принципиально не пересмотреть логику развития туризма в Пермском крае. В связи с этим стратегически планировать туристское развитие следует так, чтобы

включить иные пространства, и, прежде всего, внегородское пространство в туристскую динамику.

Необходимо определить новые доминанты, которые способны в будущем изменить территориальную организацию туризма в регионе. На доминанты ляжет роль узловых точек новой маршрутной сети, которая децентрализует региональную систему, дополнив ее, придав ей сильный импульс развития.

Вынося доминанты за город, мы должны понимать, что это не местные туристские объекты с локальными задачами и стандартом рекреационных занятий, а будущие «хабы» региональной туристской системы.

Над проектом и его отдельными элементами работало много людей. Его база – весь активно развивающийся туристский мир Пермского края. В идеологии и реализации проекта особая роль принадлежит к.э.н., архитектору А.А.Зотову, рано ушедшему из жизни. Над проектом работали д.ф.н. профессор В.В.Абашев, к.г.н., доценты Мышлявцева и А.В.Фирсова, к.э.н., доцент Н.В.Харитонова, К.С.Новопашин, И.Ю.Стороженко и многие другие специалисты

Проект «Пермь Великая» направлен на развитие въездного и внутреннего туризма и рекреационной деятельности в Пермском крае и предполагает следующее. В крае создается ряд рекреационных объектов в виде тематических парков. Они, являясь новыми туристскими доминантами, образуют развивающиеся туристские кластеры, которые охватывают всю территорию Пермского края.

Кластеры, полностью охватывая территорию края, дают возможность участвовать в проекте независимо от местоположения. Предполагается, что в проект сможет включиться любой житель края, желающий связать свою деятельность с развитием внутреннего и въездного туризма, и планирует вкладывать собственные средства в создание объекта туризма и туристского сервиса.

Тематические парки, как ключи к территориям, дадут импульс существующим туристским объектам края, которые будут развиваться синхронно и равнозначно. Маршрутная туристско-экскурсионная сеть с помощью парков станет более полицентрической и эффективной. Парки направят потоки на развивающиеся объекты, которые обеспечатся проектом необходимой инфраструктурой. Гость приезжая в край, может останавливаться не в Перми, а в одном из таких парков, а уже из него направляться на экскурсионные объекты в его большом окружении.

Ответственным шагом является определение и развитие доминант будущей туристской сферы, которые своим развитием сформи-

руют новую пространственную организацию туризма Пермского края. Доминанты должны обладать следующими характеристиками:

- являться объектом туристской индустрии (инфраструктуры),
- территориально не входить в ядро или, по крайней мере, в центральный город существующего туристского кластера,
- иметь профиль, соответствующий специализации туристского района,
- логистически (транспортно и турмаршрутно) иметь возможности формирования «хаба»,
- иметь самобытный профиль туристско-рекреационных занятий, дополнять другие доминанты ярко концептуально,
- обеспечить круглогодичные рекреационные занятия в климате Пермского края,
- являться местом не только индивидуального, но и массового туризма,
- преимущественно располагаться в депрессивном, маргинальном, заброшенном населенном пункте для решения задач оживления и социально-экономического развития данного локального места и его окружения.

Дополняющие доминанты районы будут территориально отличаться от территорий современных кластеров, т.е. сформируется другая пространственная организация туризма края, развивающая по-новому сложившиеся центры и зоны. Важно, чтобы все доминанты были согласованы между собой и представляли собой некую сеть. Все доминанты должны быть в будущем связаны между собой туристскими потоками. Регион должен целиком позиционировать себя в туристском движении. Все территории края, являясь ареной формирования туристских кластеров, взаимодополняя и взаимопродвигая друг друга, посредством реализации главных ресурсов и взаимосогласованного легендирования, с помощью проектирования доминант создают активную работающую региональную туристско-рекреационную систему.

Система туристских доминант, способных создать новую пространственную организацию туризма в регионе, значительно увеличить въездные и внутренние потоки и вывести отрасль на более высокий уровень будет по возможности представлять собой сеть тематических парков.

В течение десятилетней полевой и аналитической работы определены географические места нескольких доминант, туристские кластеры, которых способны тематически покрыть всю территорию Пермского края. Четыре из доминант-парков в настоящее время находятся на разной стадии реализации, пятая – задача будущего.

В 2014 г. Министерством физической культуры Пермского края было принято решение попытаться войти с проектом «Пермь Великая» в федеральную «Программу развития внутреннего и въездного туризма России». Проект стал концептуальной основой работы с инвесторами и нашел отражение в документах для Ростуризма, которые были представлены и защищены публично.

Библиографический список

1. *Абашев В.В.* Пастернаковский город Юрятин: география, семиотика и прагматика романного образа // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2010. № 8. с.115–121.
2. *Абашев В.В. Фирсова А.В.* План местности: литература как путеводитель. // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2010. № 4. с. 98–104.
3. *Зырянов А.И.* Теоретические аспекты географии туризма. Перм.гос.нац.иссл.ун-т, Пермь, 2013, 158 с.
4. *Зырянов А.И., Мышлявцева С.Э.* Технология развития туризма в новом районе // «Региональные исследования» № 4 (34), 2011, с. 49 – 56
5. *Зырянов А.И., Мышлявцева С.Э.* Туристские кластеры и доминанты (на примере Пермского края) / Известия РАН. Серия географическая, 2012, №2, с.15-22.6.
6. *Фирсова А.В.* Цикл литературных экскурсионных маршрутов по Пермскому краю // Географический вестник. Научный журнал. Пермь, Вып.3(18), 2011. с.77–90.

NEW APPROACHES TO TOURISM DEVELOPMENT OF THE REGION IN THE «GREAT PERM» PROJECT

A.I. Zyryanov

Describes the new geographical approaches of the project "Great Perm" to development tourism in the Perm region. The project aims to increase the visitors numbers to the region, the growth of domestic tourism, the creation of tourism infrastructure and non-urban areas inclusion in tourism sphere.

Key words: tourism, Perm region, tourist infrastructure, theme parks, tourist clusters and dominants.

НАУЧНЫЙ ЭМПИРИЗМ КАК ОСНОВА ПЛАНИРОВАНИЯ ПУТЕШЕСТВИЙ

И.С. Зырянова

Пермский государственный национальный исследовательский университет, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, e-mail: innaziryanova@mail.ru

В статье рассматривается эмпирический подход в планировании путешествий. Осуществляется поиск оптимального соотношения эмпирического и теоретического методов при создании самостоятельных маршрутов.

Ключевые слова: туризм, самостоятельные путешествия, маршрутное планирование, эмпирические методы.

В мире нарастающего потребления приобретение путевок у турагентов превращается в посещение супермаркета. Массовый туризм не дает реализоваться потребности людей в путешествии, в том плане, как оно понималось на протяжении всей истории человечества. Путешествующий человек всегда прилагал максимум усилий для осуществления своего пути, совершенствуясь и изучая.

Итальянский писатель Чезаре Павезе писал: «Путешествие – это жестокость. Оно заставляет вас доверять незнакомцам и упускать из виду все, что вам знакомо: дом и друзей. Вы постоянно ищете равновесие. Ничего не принадлежит вам, кроме самых важных вещей - воздуха, сна, мечтаний, моря, неба - все это сродни вечности, такой как мы ее представляем». Планирование туристского путешествия – сложная задача по следующим причинам. Во-первых, человеку предстоит покинуть место постоянного проживания и попасть в условия, сильно отличающиеся от повседневных. Во-вторых, приходится нести финансовые расходы, часто весьма значительные. В-третьих, на путешествие, как правило, возлагаются большие надежды в смысле эффективного оздоровления, отдыха, познания, развлечения, наслаждения, общения и т.д., о чем человек думал и мечтал, возможно, продолжительное время, путешествие не должно разочаровать. В-четвертых, путешествие связано с трудностями, с необходимостью терпения, с преодолением препятствий, собственных слабостей и неумения, с опасностями.

Маршрутное планирование опирается, с точки зрения научного исследования, на два уровня познания – эмпирический и теоретический. *Эмпирический* непосредственно связан с предметом научного исследования и включает два компонента – чувственный опыт и их

первичное теоретическое осмысление, первичную понятийную и терминологическую обработку. *Теоретический* уровень научного познания заключается в дальнейшей обработке эмпирического материала, выведении новых понятий, идей, концепций [4].

Эмпирический подход при планировании путешествия в современное время выступает основой для создания туристского маршрута.

Эмпирические исследования в туризме приводят к накоплению нового фактического материала, его объяснение и обобщение в рамках существующей теории. Эмпирические исследования осуществляются непосредственно в ходе деятельности. На практике они направлены на получение объективных знаний о составлении туристского маршрута.

Эмпирическое опытное исследование направлено на объект. Оно осваивает его с помощью таких приемов и средств, как описание, сравнение, измерение, наблюдение, эксперимент, обобщение, а его важнейшим элементом является факт. Объектом нашего исследования является туристский маршрут. Рассмотрим применение приемов эмпирического исследования на примере создания маршрута.

Наблюдение — это целенаправленное и организованное чувственное познание действительности [4]. Наблюдение предоставляет первичный материал для научного исследования.

Наблюдение является первоначальным этапом изучения территории со времен древности. Первые люди прокладывали свои пути наблюдая за перемещением животных, часто используя их тропы. В современном туризме наблюдение не утратило свою актуальность. Без визуального изучения территории проблематично учесть все факторы, влияющие на человека при прохождении маршрута. В то же время наблюдение имеет субъективное выражение человека, занимающегося разработкой данного тура, каждый человек изучающий территорию будет рассматривать ее через призму собственных ощущений.

Применимо к планированию путешествия требования к наблюдению: активность — это целенаправленно, комплексное, вдумчивое изучение территории по которой проложен маршрут, а не созерцание и «любование» красивыми видами и достопримечательностями. Целенаправленность представляется более сложным требованием, так как наблюдение в путешествиях должно быть не направленным на один объект, а носить всеобъемлющий характер. Плановость необходима в путешествиях, без заранее детально проработанного плана невозможно полноценный туристский маршрут. В ходе путешествия плановность заключается в ежедневной работе с дневником, благодаря

которому возможен выход после путешествия в виде статьи, книги, заметок и т.д. Системность подразумевает, по нашему мнению, накопление опыта поездок с поставленными целями по разным регионам мира.

Эксперимент – изучение предметов посредством их целенаправленного изменения [4]. Эксперимент при планировании путешествия – это этап изучения уже сформированного маршрута группой лиц перед массовым использованием. Так, перед полевой практикой по активному туризму, преподаватели стараются первоначально пройти маршрут с более подготовленными людьми и только после этого выпускать на него студентов. Каждый туроператор, перед предложением нового турпродукта проводит рекламные туры, которые также оговорками можно назвать экспериментом перед продажами турпродукта.

Описание – этап научного исследования, состоящий в фиксировании данных эксперимента и наблюдения [4].

В географии метод описания в наше скоростное время уходит на второй план. Если путешественники эпохи Великих географических открытий использовали данный метод как один из основных, то сегодня географические работы имеют гораздо более сложный характер. В реальности, комплексное описание территории сложный процесс.

На этом этапе исследования маршрутного планирования разрабатывается путеводитель путешествия с полным описанием района посещения, его исторических, географических, этнографических и других особенностей. Со времен Древней Греции путеводители являются стимулом для путешествий. Первоначально они основывались только на личных описаниях путешественника, к XVIII веку они становятся разработкой целой группой специалистов географов, историков, журналистов, филологов. В современное время составление путеводителей невозможно без применения геоинформационных систем, новых технических разработок (например, аудиогидов).

Измерение – познавательная процедура, осуществляемая на эмпирическом уровне исследования и включающая определение характеристик [4].

В туризме измерение необходимо для выявления количественных характеристик путешествия. Без верно составленного расчета времени на этапы путешествия не сформируется последовательный маршрут. При составлении экскурсионной программы необходимо детально просчитать время на переезд к осмотру достопримечательности, учитывая особенности качества дорог, возможных дорожных заторов, рельефа, длительности переезда, необходимых санитарных стоянок, сезона и т.д.

Сравнение – сопоставление объектов с целью выявления черт сходных или черт различных между ними. Является важной предпосылкой обобщения [4].

Сравнение при планировании маршрута помогает выявить наиболее удачные моменты того или иного путешествия и применить их для составления нового маршрута. Турист, путешествуя по разным регионам всегда сравнивает степень развития инфраструктуры, качество сервиса, сохранность природных объектов, ценность достопримечательностей, уровень цен. Сравнение помогает ему в дальнейшем выбирать регион посещения исходя из его собственных предпочтений и возможностей.

Обобщение – логический процесс перехода от единичного к общему [4].

Для туроператоров и самостоятельных путешественников, занимающихся составлением маршрутов, данный этап работы позволяет планировать новые маршруты, основываясь на общих выводах, сделанных в предыдущих исследованиях.

Туроператоры массового направления со времен Томаса Кука работают по одной обобщенной схеме тура. Транспорт – размещение – питание – развлечение. Вся эта схема работает при пакетной продаже путевок. Индукция помогает туроператором выявить спрос на турпродукт и расширить географию посещений. Например, все направления массового пляжного туризма, вне зависимости от дальности посещения, представляют из себя цепочку последовательных отрезков. Дорога до побережья (авиа, ж.д, автотранспорт) – размещение (отели, кемпинги, частный сектор) – питание (рестораны, кафе, столовые) - пляжный отдых (Черноморское побережье России, Турция, Мальдивы) – осмотр достопримечательностей, в районах наименее удаленных от побережья.

При самостоятельном планировании маршрута метод обобщения помогает выявить этапы путешествия наиболее комфортные для данного человека или группы людей. Например, семье с детьми не стоит выбирать ночные перелеты и длительные ожидания в аэропортах, не смотря на низкую цену билета, т.к. дополнительные расходы для обеспечения удобства детям намного превысит цену более удобного перелета по времени суток.

На стадии обобщения формируется окончательный маршрут путешествия с полной программой.

Непосредственным источником научного знания являются факты. *Факт* — это зафиксированное нашим сознанием реальное событие или явление [4].

Как и любое исследование планирование маршрута опирается на множество фактов. Так, присутствие взвеси в воде, стекающей с предгорий Приморских Альп в Провансе, окрашивает морскую воду красивым цветом «ясного неба» в районе Ниццы делает этот район наиболее привлекательным для туристов на протяжении почти 200 лет с популярным названием Лазурный берег Франции.

Таким образом, эмпирический метод является доминирующим при составлении путешествий, потому что данная работа носит практический характер.

Теоретические исследования в туризме помогают найти новое в изучаемом явлении, которые еще не нашли отражения в теории и практике туризма. Его назначение состоит в раскрытии закономерностей развития туризма, его отдельных форм и видов.

В постиндустриальное общество все большей оказывается доля населения, которая предпочитает легкие занятия. Это те, которых на Западе называют «людьми потребительского общества». Они ориентированы на развлечения, личные формы досуга и не хотят подчиняться жестким правилам. В потребительском обществе можно заработать большие деньги, не занимаясь наукой, которая требует колоссального самоограничения. В свое время известный педагог К.Д. Ушинский писал, что мыслить тяжело, а фантазировать легко. Люди, занимающиеся наукой, выпадают из сферы развлечений, поэтому наука не считается ныне привлекательной [5].

Антропоморфная парадигма просматривается в туризме в виде мифологизации территории. Миф отвоевывает позиции у реальности. По словам философа А.Ю. Внутских: «Миф погружает человека в зону комфорта». Люди гораздо с большим интересом слушают рассказ экскурсовода, насыщенный выдуманной историей, нежели лекцию специалиста по данной территории. Но в то же время, разработанная концепция развития туризма в регионах, использующая, как составную часть продвижения территории, мифы под силу только целому коллективу ученых и должна опираться на конкретные научные факты.

Информация и умелый выбор из её обилия полезного - основа маршрутного планирования. Постиндустриальное общество создало условия наиболее географически полного изучения мира, но и выявило проблему поиска достоверной информации из множества интерпретаций.

Географические сведения и географические знания необходимы человеку в разных ситуациях. Современная мировая тенденция в туризме – рост самостоятельных путешествий – стимулирует интерес и потребность в географической информации и в географической куль-

туре. Причинами этого является рост опыта путешествий, рост уровня образования, информированности, распространение коммуникационных технологий и неудовлетворенность массовыми туристскими программами, пакетными турами [3].

Теоретические основы путешествий помогают выявить некоторые закономерности в туризме – выбор путешествия в столицу и в столичное окружение, построение маршрута внутри страны между первым и вторым по значению городами. Однако нельзя считать один из таких подходов оптимальным для всех случаев. География не была бы географией, если можно было бы следовать одним и те же методам на всех территориях.

Стремление путешествовать самостоятельно охватывает все большее число людей, желающих путешествовать. Моду на «путешествия дикарем» не останавливают ни языковые барьеры, ни поверхностные знания особенностей той или иной страны. Составление собственных маршрутов путешествий обогащает человека знаниями во многих областях. Исторические, географические и языковые особенности региона путешествия являются основой при составлении самостоятельного путешествия. Человек, планирующий маршрут будет «вынужден» интересоваться историческими местами и архитектурой, изучать ландшафт территории и климат, разбираться в планировке городов и транспортной доступности, изучать «азы» языка и принимать традиции народа. Таким образом, планирование самостоятельного путешествия дает огромный импульс к саморазвитию и познанию окружающего мира.

Непосредственное планирование маршрута путешествия – это увлекательный, трудо- и времязатратный процесс, обогащающий человека новыми знаниями и впечатлениями. Несмотря на то, что составление маршрута опирается на практический опыт разработчика, можно найти определенную последовательность действий, соблюдение которой, по нашему мнению, в современных условиях эффективно.

Библиографический список

1. Бэкон Ф. Сочинения. Том 2. М.: Мысль, 1978. 575 с.6
2. Зырянов А. И. Теоретические аспекты географии туризма. Перм.гос.нац.иссл.ун-т, Пермь, 2013, 158 с.
3. Зырянов А.И., Зырянова И.С. Технология планирования самостоятельного путешествия // Географический вестник. 2013. № 2 (25). С. 99–103.
4. Орлов В.В. Основы философии. Общая философия. Пермь, 2006. 379с.

5. *Степин В.С.* Философия науки. Общие проблемы. М.: Гардарики, 2006

6. *Шарыгин М.Д., Столбов В.А.* Тенденции становления отечественной общественной географии: теоретико-методологические аспекты//Географический вестник 2006. № 2. С. 4-10.

SPECIFIC VARIETY OF VERTEBRATE ANIMALS OF THE PERM EDGE

I.S. Zyryanova

Perm State University, 614990, Perm, street Bukireva, 15,

e-mail: innaziryanova@mail.ru

The article deals with empirical methods in planning travel. Searches for the optimum ratio of theoretical and empirical methods in creating independent routes.

Key words: tourism, independent travel, route planning, empirical methods.

УДК 551.462:911.3

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ В РОССИИ

Т.Е. Исаченко

Санкт-Петербургский государственный университет,

199178, г. Санкт-Петербург, ВО, 10-я линия, 33,

e-mail: tatiana.isachenko@gmail.com

В сообщении рассматриваются основные тенденции развития рекреационного природопользования в России на протяжении двух столетий. Определяются понятия рекреационный комплекс и рекреационная территория, приводится классификация рекреационных комплексов и территорий, анализируется рисунок воздействия рекреации на территорию.

Ключевые слова: рекреационное природопользование, рекреационный комплекс, рекреационная территория, рекреационная зона.

Рекреационное природопользование в XXI в. из сопутствующего становится основным во многих регионах России. Соответственно, исторический анализ его становления; оценка взаимодействия с прочими видами природопользования и вклада в современное территориальное развитие; изучение формирования рекреационных территорий и комплексов; нормирование рекреационных нагрузок на территорию – становятся перспективными направлениями наук, изучающих пространственные проявления процессов и явлений и прежде всего географии.

Этапы становления и развития рекреационного природопользования в России. В своем развитии рекреационное природопользование в России укладывается в пять этапов: XVIII – середина XIX в.: этап дворянской рекреации; середина XIX в. – 1914 г.: капиталистический дачный этап; 1920-е – 1941 гг.: ограниченная, в основном индивидуальная рекреация, жестко контролируемая государством; 1945 – 1991 гг.: наивысшее развитие государственных и коллективных форм рекреации; 1991 г. – настоящее время: частичный уход государства из сферы рекреации и диверсификация ее форм.

Рекреационные комплексы, территории, зоны. Именно на современном этапе рекреационное природопользование становится фоновым для ряда староосвоенных регионов России, а рекреационные территории и комплексы приобретают небывалое прежде разнообразие. Рекреационным природно-культурным комплексом (в дальнейшем рекреационным комплексом) будем называть территорию, трансформированную в процессе организации отдыха или под воздействием определённой группы рекреантов. Рекреационный комплекс включает, как природную составляющую (сопряжённый ряд природных комплексов), изменённую под воздействием рекреации, так и артефакты (постройки, коммуникации и т.д.), связанные с организацией отдыха. Рекреационные комплексы, в пределах которых постройки отсутствуют, в дальнейшем будем называть рекреационными территориями. Рекреационные зоны включают в себя различные типы рекреационных комплексов и рекреационных территорий, но обладают единством ландшафтной структуры и едиными тенденциями развития рекреационного природопользования.

Классификация рекреационных комплексов и территорий. Собственно рекреационные комплексы предназначены для организованной рекреации. Это рекреационные учреждения круглогодичного и сезонного использования (включают и комплексы дач, сдаваемых в аренду). Природоохранно-рекреационные комплексы и территории формируются на основе привлекательных природных ландшафтов и подразделяются на особо охраняемые природные территории, где потоки рекреантов можно контролировать, и ареалы неорганизованной («дикой») рекреации. Селитебно-рекреационные комплексы имеют постоянный состав рекреантов, которые самостоятельно организуют места своего отдыха. Выделяются три типа селитебно-рекреационных комплексов: дачные посёлки (кооперативы); коллективные садоводства; коттеджные комплексы (посёлки).

Усиление роли элитных рекреационных и рекреационно-селитебных комплексов, для которых характерна высокая степень преобразования пространства и крайне низкая его проницаемость, приобретает в России XXI в. всё больший размах.

Становится популярным *формирование рекреационных комплексов – реплик*, позволяющих посетить те или иные историко-культурные или природно-культурные комплексы мира, не выезжая за пределы страны (например, «Этномир» в Калужской области). Комплексы-реплики дают возможность путешествовать во времени, возвращая владельцев и гостей, например, в усадебную культуру XVIII в. (усадебный комплекс-реплика в п. Выра Ленинградской обл.).

Современные технологии организации отдыха приводят к *уменьшению связи рекреационных комплексов с ландшафтными условиями*, формируя своеобразные искусственные «острова», моделирующие ландшафтные условия, не характерные для данной местности и нуждающиеся в постоянной поддержке (например, горнолыжный комплекс «Ski Dubai» в Дубаи или «Das Tropical Islands Resort» в земле Бранденбург). В России этот процесс еще только начинает развиваться.

Характер воздействия рекреации на территорию. По мере развития рекреационного природопользования меняются подходы к рекреационному освоению территории. На протяжении двух столетий с середины XVIII в. до 1940-х гг. единичные рекреационные комплексы и территории формировали точечный характер освоения регионов, во многом определяющийся ландшафтными особенностями территории. Постепенно складывались сети рекреационных комплексов и территорий, тяготеющих к береговым линиям водоёмов, рекам, ущельям, дорожно-транспортной сети; и рисунок рекреационного освоения территории приобрел точечно-линейный характер. Со второй половины XX в. началось формирование рекреационных зон, определяющее ведущую роль рекреационного природопользования на данной территории. В XX в. воздействие рекреации на территорию приобрело площадной характер, что и позволило рассматривать рекреационное природопользование в качестве фонового для некоторых регионов России.

Взаимодействие рекреации с традиционным и природоохранным природопользованием. Организация рекреационного природопользования в ряде зарубежных стран способствует сохранению традиционного природопользования и развитию сети особоохраняемых природных территорий. Во многих регионах России на современном этапе напротив рекреационное природопользование

вступает в конкурентные отношения с традиционным природопользованием и тем самым лишается базовых предпосылок для развития. В то же время рекреационное природопользование в России становится стимулом развития сети охраняемых территорий, в частности городских и пригородных. Владельцы селитебно-рекреационных комплексов начинают проявлять озабоченность сохранением вмещающего ландшафта и становятся инициаторами и инвесторами создания новых охраняемых территорий.

Все вышесказанное позволяет рассматривать рекреационное природопользование в России XXI в. в качестве значимого фактора экономического развития регионов, а также в качестве важнейшего фактора трансформации ландшафтов и формирования особых рекреационных природно-культурных комплексов.

THE MAIN TRENDS OF RECREATIONAL NATURE MANAGEMENT DEVELOPMENT IN RUSSIA

T.E. Isachenko

Saint-Petersburg State University, 199178, Saint-Petersburg, V.O., 10 linia, 33
e-mail: tatiana.isachenko@gmail.com

The report examines the main trends in the development of recreational nature management in Russia for two centuries. This report contains the definitions and classifications of recreation complexes and recreation areas. The impacts of recreational nature management on the area are studied.

Key words: recreational nature management; recreation complex; recreational area, recreation zone.

УДК 502

ГЕОЛОГИЧЕСКИЕ ПАМЯТНИКИ ПРИРОДЫ ПЕРМСКОГО КРАЯ КАК ОБЪЕКТЫ ТУРИЗМА

О.И. Кадебская, Л.Ю. Кадебская

Пермский национальный исследовательский государственный университет, 14990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, e-mail: icesave@bk.ru

В статье перечислены геологические памятники Пермского края, которые используются в качестве туристических объектов.

Ключевые слова: геологические памятники, объекты туризма, историко-культурное и природное наследие.

В Пермском крае существует множество интересных мест, которые имеют широкую славу и привлекают туристов. В основном, таковыми считаются архитектурные ансамбли, природные парки и дру-

гие объекты, имеющие аттрактивную ценность. Но на территории края существуют не менее привлекательные, но гораздо менее известные места, отражающие геологическую историю и показывающие окружающим уникальность и особенность родной земли.

В первую очередь к туристическим объектам, связанным с геологией, стоит отнести стратотипы пермской системы. Единственным геологическим периодом, который был открыт на территории России, является пермь. Для того, чтобы побывать в этом периоде, а именно вернуться на 280 миллионов лет назад, увидеть животных и растения того времени, стоит посетить скальные обнажения в долинах рек Сылвы, Вишеры, Ирени, Чусовой, Колвы (рис. 1). Чтобы увидеть пермских ящеров, нужно отправиться в местонахождение Ежово (в 5-ти км от города Очер), либо посетить музей пермских древностей в г. Перми.



Рис. 1. Камень Писанный на реке Вишера, сложенный рифогенными известняками нижней перми

История Пермского края начиналась непосредственно с освоения природных богатств, поэтому на территории расположены многочисленные памятники горно-заводской культуры. Они могут послужить интересными объектами туризма и показать историю горнодобывающей промышленности России. Хотя многие из этих объектов и не имеют охраняемого статуса, но информация, связанная с памятниками горного искусства предков, позволяет выделить эти места в особую категорию объектов духовного наследия.

К таким весьма перспективным объектам туризма в Пермском крае стоит отнести в первую очередь бывшие медные рудники и медеплавильные заводы. Началом разработки медистых песчаников можно

считать 1617 г., когда на правом берегу р. Камы в Григоровой горе под Соликамском (где впоследствии был образован Григоровский рудник) и в местечке Кужгорт на р. Яйве (Кужгортский рудник) строгановским крепостным рудознатцем и плавильщиком Яковом Литвиновым были найдены медные руды. Здесь же, в месторождении меди на Григоровой горе, рудознатцем Дмитрием Тумашевым был найден первый российский малахит. Недалеко от этих мест, в поселке Пыскор, был основан медеплавильный завод, который может быть удостоен звания первого центра цветной металлургии России.

Далее, когда поиски подобных месторождений стали проводиться повсеместно, были образованы сразу несколько крупных заводов: в 1723—1724 гг. возникает Егошихинский (Пермский) завод, в 1734—1736 гг. — Юговской (который находится в 30 км от города Перми), в 1736 г. — Висимский, в 1737 г. — Бизярский, в 1738 г. — Мотовилихинский, в 1740 г. — Курашимский, в 1744—1745 гг. — Ашапский, в 1747 г. — Юго-Камский, в 1754 г. — Пожевский, в 1760 г. — Аннинский и ряд других (Третьяков, 1928). На сегодняшний день известно около четырех тысяч медных рудников XVII—XIX вв, которые разрабатывали в прошлом данные заводы по выплавке меди. Все они прекратили свою работу (последний завод из функционировавших был закрыт в 1910 г. на территории п. Юг). Теперь эти места могут стать музеями медного промысла России. Среди всех объектов стоит выделить расчищенные штольни сохранившихся рудников на территории п. Юг или г. Перми (рис. 2).



Рис. 2. Штольни в медистых песчаниках на территории п. Юг

Наряду с медным промыслом территория Пермского края также славится соледобычей. Этот вид промышленности начал развиваться с XV в., когда братьями Калинниковыми были построены солеварни на р. Боровой (правый приток р. Камы). Около 1430 г. промыслы перенесли на р. Усолку. Именно здесь впоследствии образовался город Усолье-Камский, или Соли-Камский, теперь называющийся Соликамск (Берх, 1821). В 1558 г. Прикамскими соляными промыслами стали владеть Строгановы. Они долгое время были монополистами по добыче и продаже соли. Под их началом в Прикамье образовался ряд крупных соляных промыслов: Орловский (1564 г.), Ново-Усольский (1606 г.), Ленвинский (1660 г.), Рождественский (1663 г.), Дедюхинский (1670 г.), Усть-Боровской (1882 г.) и др.

До середины XVIII в. прибыль от пермянки (так называлась пермская соль) давала основную долю соляного дохода России.

Для ознакомления с историей соледобычи в Пермском крае можно посетить Музей истории соли России (филиал Соликамского краеведческого музея), который был открыт в октябре 1986 г. на базе бывшего Усть-Боровского солеваренного завода и теперь имеет статус музея промышленного зодчества XIX в. федерального значения. Также об истории добычи соли окружающим может напомнить Людмилинская скважина, расположенная в г. Соликамске (рис. 3).



Рис. 3. Людмилинская скважина, г. Соликамск

Еще одним интересным туристическим объектом, связанным с историей развития промышленности, является скважина Бабушка – первая нефтяная скважина на территории Пермского края. Она была заложена в 1928 г. у старинного села Верхнечусовские Городки, в том

месте, откуда Ермак отправился в Сибирь. Бурение производилось бригадой мастера П.М. Позднякова, а непосредственное руководство работами было в руках П.И. Преображенского, открывшего в 1925 г. Верхнекамское месторождение солей, и данная скважина предназначалась лишь для его оконтуривания, ведь ученый даже не предполагал наличия нефти на территории Пермского края.

Но калийной соли в пробуренной скважине не оказалось, 30 марта 1929 г. с глубины 328 м подняли колонку породы, заполненной по трещинам нефтью, а через пару дней обнаружили обильную пленку нефти с пузырьками газа. Так была найдена первая пермская нефть и первая нефть огромной Волго-Уральской нефтегазоносной провинции.

Следующей достопримечательностью на территории края, которое стоит обязательно посетить, является место, где найден первый алмаз в России. Драгоценный камень был найден 5 июля 1829 г. 14-летним крепостным промысловщиком, Павлом Поповым. Мальчик промывал золотоносную породу на золотомойном верстаке и обнаружил камень, отличающийся от других. Минералог Ф. Шмидт, служивший у владельцев прииска управляющим, определил в нем алмаз. За этот полукаратный кристалл Павел получил вольную. Впоследствии у поселка Промысла был установлен памятный знак, связанный с этими событиями. Он также может являться интересным туристическим объектом.

Библиографический список

1. Геологические памятники Пермского края: энцикл. / ГИ УрО РАН. – Пермь, 2009. – 615 с.

GEOLOGICAL MONUMENTS IN PERM REGION AS OBJECTS OF TOURISM

Kadebskaya O., Kadebskaya L.
Perm State University, 614990, Perm, street Bukireva, 15,
e-mail: icecave@bk.ru

In this paper there are some information about geological monuments of Perm region, which are used as tourist attractions.

Key words: geological monuments, tourist sites, historical, cultural and natural heritage

АНАЛИЗ РЫНКА ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

З.Ю. Калоева, М.Т. Ханаева

Северо-Осетинский государственный университет,

362025, г.Владикавказ, ул.Ватутина 46,

e-mail:zarina-kaloeva @yandex.ru

В статье рассматриваются проблемы развития рынка горнолыжного туризма в РФ, анализируются современное состояние и потенциальные возможности развития горнолыжных комплексов.

Ключевые слова: горнолыжный туризм, туристский спрос, туристское предложение, сервисные услуги, ценовая политика, целевая аудитория.

Современный туристический рынок предлагает своему потребителю огромный выбор туристических продуктов: пляжного, культурно-познавательного, экологического, сельского туризма и т.д.

Особую нишу на рынке туристских услуг занимают продукты горнолыжного туризма. Освоение горных территорий способствовало вовлечению их в туристско-рекреационную деятельность, так как горные местности обладают важными оздоровительными ресурсами, спортивными, которые привлекают большое количество туристов. Россия обладает большими туристскими ресурсами, которые в настоящее время используются не в полной мере, это сказывается и на горнолыжном туризме. Тема исследования актуальна, так как спрос на услуги горнолыжного туризма растет, это связано с возрастающей потребностью людей в активном отдыхе.

Предложение горнолыжного туризма в РФ – это 150 горнолыжных комплексов. Однако только 31 из них соответствуют международным стандартам качества. А также лишь некоторые курорты имеют трассы протяжённостью более 1 км (всего чуть более 6,5% всех трасс в стране).

Горнолыжные комплексы расположены по территории страны неравномерно – 70% их находятся в Европейской части России, 30% – в Азиатской. По количеству туристов, посещающих горнолыжные комплексы за сезон, регионы страны распределяются следующим образом. Наиболее посещаемой является ГЛК Красная поляна – около 1 млн чел., затем Московская область – более 900 тыс. чел., а также Ленинградская область – около 800 тыс. чел.), что объясняется высоким спросом на услуги горнолыжного туризма со стороны жителей мега-

полисов и частая смена отдыхающих на курортах – как правило, на небольшие, но технологически развитые курорты этих регионов приезжают кататься на один день [1].

Во второй категории (от 200 до 500 тыс. туристов) находятся 11 регионов. Все они обладают хорошими физико-географическими условиями – курорты характеризуются значительной протяженностью трасс, устойчивым снежным покровом и комфортным температурным режимом. Среди этих регионов 5 субъектов (Республика Башкортостан, Красноярский край, Челябинская, Свердловская, Кемеровская области) характеризуются также как густонаселенные регионы с крупными городами, что является фактором повышенного спроса на услуги горнолыжной индустрии. Оставшиеся 6 регионов – Карачаево-Черкессия, Кабардино-Балкария, Северная Осетия, Чеченская республика, а также Мурманская область и Республика Алтай. Эти регионы обладают наилучшими в стране условиями для катания, и основная часть туристического потока на этих курортах представлена отдыхающими из других регионов страны.

В следующей группе, в которую попали регионы с показателем числа принимаемых горнолыжников от 10 до 20 тыс. чел., находятся 6 регионов. Пять из них расположено в Сибири, один (Пермский край) представляет Северный Урал.

В 19 регионах численность принимаемых туристов не превышает 10 тыс. чел. В каждом из этих регионов расположено по 1-3 горнолыжных комплексов, не способных в силу своих размеров привлечь большее количество туристов. Слабое развитие горнолыжной отрасли этих регионов обуславливается удаленностью курортов от крупных городов (например, Сахалин и Камчатка) либо низкой привлекательностью самих горнолыжных комплексов, расположенных в равнинной местности (например, Ярославская и Самарская области).

Таблица 1

Классификация российских горнолыжных баз по качественным и ценовым признакам (составлена авторами)

<i>Качественный уровень</i>	<i>Инфраструктура</i>	<i>Целевая аудитория</i>	<i>Ценовая категория</i>
Клубные и «дикие» склоны. Данный вид развит в регионах Северного Кавказа и в Сибири.	Естественные склоны без искусственного оснежения и подъемников (редко - с использованием ратраков или вертолетов)	Местные жители, опытные экстремалы	Бесплатно или за небольшую плату
Доступные и местные горнолыжные трассы. Пример: -глк Цей, -глк Шакша, -глк Завьялиха	1-3 склона. 1-3 подъемника или ратрак, искусственное оснежение, прокат снаряжения, утепленные раздевалки, продуктовые палатки, ларьки, шашлычные, кафе	Широкий круг посетителей	Цены средние (300-500 руб. за 1 подъем).
Горнолыжные комплексы среднего уровня. Пример: -глкШерегеш, Кемеровская область; -глкПриэльбрусье, Кабардино-Балкария; -глкДомбай, Карачаево-Черкесия и т.д.	Может располагать 3-12 и более склонами. 2-6 подъемниками, в т.н. кресельными, искусственным оснежением, прокатом и ремонтом снаряжения, командой спасателей, медпунктом, непосредственно на территории комплекса есть кафе, рестораны, возможно, есть гостиница или другие варианты размещения.	Широкий круг посетителей с разным уровнем доходов	Широкий разброс тарифов, цены от средних до высоких: от 500 до 700 руб. за подъем (ски-пасс1500 руб.)
Всесезонные горнолыжные комплексы. Пример: -глк «Архыз», -глк «Снежный ком» расположен в Подмосковье и т.д.	Всесезонное катание. 2-10 склонов. 1-7 подъемников, ресторан, досуг, размещение	Рассчитаны на платежеспособных посетителей и профессионалов	Цены высокие, от 1000 до 2000 руб. в день (только за катание)
Спортивно-развлекательные, медико-оздоровительные комплексы. Пример: -глк Абзаково, Башкортостан; -глк «Красная поляна», Сочи и т.д.	Гостиничные комплексы с разнообразной инфраструктурой, включая горнолыжную трассу	Для посетителей, настроенных на отдых в несколько дней	Цены высокие, 1500-3000 руб. В день (только за катание)

Наиболее актуальной проблемой на российских горнолыжных курортах является несоответствие сервиса и цены, что свойственно и другим типам российских курортов. Количество действующих трасс и подъемников не всегда соответствуют заявленным, лыжные трассы не оборудуются в соответствии с требованиями безопасности. Существует проблема нехватки канатных дорог. Недостатком большинства ГЛК РФ является отсутствие горнолыжных школ, что делает их малодоступными для семейного отдыха. Доля горнолыжных курортов РФ, предоставляющие соответствующие услуги такова: искусственное оснежение-60%, ночное освещение – 81%, прокат снаряжения – 90,5%, продажа спортивного инвентаря – 16,22%, сноупарк – 33,78%, тюбинг – 35%, услуги инструкторов – 79,7%, Ski-сервис (ремонт снаряжения) – 39%, Детский клуб – 17,5% [3].

Таблица 2
Анализ стоимости некоторых горнолыжных курортов в Северокавказском регионе
(составлена авторами)

Название горнолыжных центров	Стоимость услуг	Комментарии
1	2	3
Красная Поляна (Сочи)	Отели 1500-12000 р. в день. Стоимость проката снаряжения: 1. Сноуборд 950-1100 р.; 2. Ботинки для сноуборда 400,500 р.; 3. Горные лыжи 800-1200 р.; 4. Горнолыжные ботинки 300-500 р.; 5. Шлем 400 р.; 6. Палки 100 р. Стоимость подъемников ГЛЦ: 1. <u>Альпика-Сервис</u> 300 р.; 2. <u>Газпром</u> 600-1100 р.; 3. <u>Горная карусель</u> 700-1000 р.; 4. <u>Роза Хутор</u> 800-1200 р.	Красная Поляна постепенно выходит на мировой уровень туристических услуг. Красная Поляна предлагает склоны для самого разного уровня катания на 4х горнолыжных комплексах: 1. Альпика-Сервис 2. Газпром (Лаура) 3. Горная карусель 4. Роза Хутор На данный момент Красную Поляну смело можно назвать лучшим горнолыжным курортом России.

Окончание таблицы 2

1	2	3
Приэльбрусья (поселок Терскол в Приэльбрусском районе Кабардино-Балкарии)	Отели 1200-7000 в день. Стоимость проката снаряжения: 1. Комплект снаряжения: лыжи/сноуборд + палки +ботинки 400-500 р.; 2. Комбинезон 250 р.; 3. Горнолыжные очки 200 р.; 4. Шлем 200 р.; Стоимость подъемников ГЛЦ: 1. Стоимость старого канатно-кресельного подъемника 150 р.; 2.Стоимость нового канатного подъемника 400-900 р. Трансфер: Стоимость такси Аэропорт г. Минеральные Воды-Домбай 3000 р.	Одним из самых популярных горнолыжных курортов Северного Кавказа является ГЛК «Приэльбрусья». С каждым годом ГЛК становится все более развит. Горнолыжный туризм в России начал развиваться именно в Кабардино-Балкарии.
Домбай (Карачаево-Черкесская республика)	Отели 1000-7000 р. в день. Стоимость проката снаряжения: 1. Комплект снаряжения: лыжи/сноуборд + палки +ботинки 400-500 р.; 2. Горнолыжный комбинезон полностью 500 р.; 3. Шлем 400 р.; 4. Горнолыжные очки 100 р. Стоимость подъемников Стоимость подъемников Ski-pass, 1 день: 600-1500 р.; Стоимость трансфера за Легковую машину аэропорт Минеральные Воды-Приэльбрусье 3000 р.	ГЛК Домбай не менее популярен, чем ГЛК «Приэльбрусья». В горнолыжном курорте Домбай хорошо развита инфраструктура. Большой выбор гостиниц, а также потрясающие возможности для горнолыжников.

Анализ рынка российских горнолыжных курортов позволяет резюмировать, что в настоящее время, в связи с ростом интереса к горнолыжному спорту и туризму, условия на горнолыжных курортах улучшаются, в том числе развивается и инфраструктура, которая способствует развитию курортов, улучшая субъективное мнение туристов о конкретном курорте. Спрос на российский горнолыжный рынок зависит от ценовой политики курортов. Ценовая политика является одним из важных критериев горнолыжных курортов. Для того что бы ГЛК был востребован необходимо сочетать приятные цены с гибкой системой ски-пассов и различных акций.

Библиографический список:

1. *Горовой А.Р., Качалов А.А.* Проект маркетингового исследования проблем и перспектив развития горнолыжных курортов Северного Кавказа. Электронный ресурс <http://www.fa.ru/projects/mnsk/mnsk4/4/%>. (Дата обращения 15.03.2015).
2. *Писаревский Е. Л.* Правовое обеспечение горнолыжного туризма и спорта В Российской Федерации. Электронный ресурс <http://www.center-bereg.ru/f1783.html>. (Дата обращения 09.04.2015).
3. <http://www.nedoma.ru/>

MARKET ANALIS OF SKI TOURISM IN RUSSA

Z.Y. Kaloeva, M.T. Khanaeva

North Ossetian state University

362025, Vladikavkaz, street Vatutina 46, e-mail:zarina-kaloeva@yandex.ru

The article discusses the development of ski tourism market in Russia, analyzes the current status and potential development of ski resorts.

Key words: ski tourism, tourist demand, tourist offer, services, pricing, target audience

УДК 379.8(470.345)

КЛИМАТИЧЕСКИЕ И ВОДНЫЕ РЕСУРСЫ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ

В. М. Кицис

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва,
430005, г. Саранск, ул. Советская, д. 24, e-mail: vkitsis@mail.ru

В статье рассматриваются климатические и водные ресурсы туризма Республики Мордовия. Приводятся сведения о климатических и водных характеристиках региона, позволяющих осуществлять различные виды туристско-рекреационной деятельности.

Ключевые слова: биоклимат, режим солнечной радиации, ультрафиолетовый режим, атмосферная циркуляция, термический режим, режим влажности и осадков, пляжно-купальный отдых, спортивный туризм.

Важную роль в организации и осуществлении туристско-рекреационной деятельности играют климатические ресурсы. Благоприятное или, наоборот, отрицательное воздействие климата на организм человека было известно еще в древние века. Об этом говорится в трудах Гиппократ, Цельса, Парацельса, С.П. Боткина, В.А. Манассеина и др.

Воздействие климата на организм человека называют *биоклиматом*. Биоклиматические параметры – температура воздуха, скорость и направление ветра, влажность, давление – не отличаются от обыч-

ных метеорологических характеристик, но при этом оказывают комплексное воздействие воздушных масс на организм человека [1].

Республика Мордовия располагается в средних широтах центра Русской равнины. Это определяет ее вхождение в умеренный климатический пояс.

Режим солнечной радиации в Республике Мордовия благоприятен для развития туризма. Инсоляционный режим определяется продолжительностью светлого времени, в течение которого возможно проведение различных рекреационных занятий. В декабре восход солнца в Мордовии около 9 час., а заход - около 16 час., продолжительность дня – 6-7 час. В июне солнце встает уже около 4 час., а заходит в 22 час., продолжительность светлого времени составляет 17-18 час. Продолжительность солнечного сияния на территории Мордовии увеличивается от 35-45 час. в декабре-январе, до 280-290 час. в июне-июле, а за год она достигает 2029 час. Дней без солнца в году бывает 93, в январе – 14, в июле – 2-3. Таким образом, по световому режиму биоклимат Мордовии оказывает тренирующее воздействие на организм человека.

Ультрафиолетовый режим зависит от высоты солнца над горизонтом, что связано с географической широтой местности. Мордовия расположена между 53° и 56° северной широты. Высота солнца над горизонтом в полдень в декабре 10°, а в июле - 56°. Следовательно, зимой ультрафиолет не достигает земной поверхности (УФ дефицит), а летом – сильная биологическая активность солнца. По характеру УФ режима территория республики по медико-климатическим характеристикам относится к оптимальным зонам, а по степени комфортности – к зоне с комфортным УФ режимом.

Атмосферная циркуляция на территории Мордовии связана с перемещением трех типов воздушных масс: арктических, умеренных широт и тропических с преобладанием второго типа. Вхождение арктических масс на территорию республики вызывает резкое похолодание зимой, заморозки весной, в начале лета и осенью. Тропические воздушные массы проникают из Средиземноморья и даже из Северной Африки. С вхождением этого воздуха летом устанавливается ясная жаркая погода. Зимой он несет оттепели и осадки.

Для территории Мордовии преобладающим направлением ветра в течение года, особенно в зимний период, является юго-западное. Среднегодовая скорость ветра невелика – от 3,3 до 4,8 м/с. Наибольшая средняя месячная скорость ветра наблюдается зимой и колеблется в пределах 3,7 - 5,7 м/с, наименьшая (2,2 - 3,6 м/с) отмечена в июле. По

степени благоприятности ветрового режима территория Мордовии относится к тренирующим.

Термический режим обусловлен особенностями притока солнечной радиации. Средняя температура самого холодного месяца в Мордовии - января изменяется от -11,5 до -12,3°C. Наиболее распространенной в Мордовии является слабоморозная погода, реже отмечается умеренно морозная и значительно морозная. Неблагоприятные явления зимой - гололед, метели, туманы.

Средняя температура самого теплого месяца - июля - от 18,9 до 19,8°C. Период, благоприятный для летней рекреации, определяется числом дней со среднесуточной температурой выше +15°C и в Мордовии он составляет 91-96 дней. Продолжительность купального сезона достигает 90 дней. Неблагоприятными явлениями летом являются сильные ливни, град, засуха, суховеи.

Таким образом, термический режим Мордовии по характеру воздействия относится к тренирующим режимам.

Режим влажности и осадков. По медико-климатическим характеристикам режима влажности территория Мордовии относится к тренирующим. Относительная влажность достигает максимума в зимний период (83-85%), а минимума – в мае-июне (61-63%). Для здоровых людей благоприятна относительная влажность в 40-60%.

С абсолютной влажностью связано такое дискомфортное явление, как духота. Оно наблюдается в теплый период года. Мордовия относится к территориям со средней повторяемостью душных погод (преобладание умеренной и выраженной степени духоты).

По продолжительности залегания снежного покрова определяют пригодность территории к занятиям лыжным туризмом. Устойчивый снежный покров держится 140-150 дней, т.е. режим оптимальный для зимней рекреации. Для рекреации летом важна повторяемость дождливых погод, которые препятствуют туристским занятиям. По данному показателю (30-40%) Мордовия относится к территориям с тренирующим режимом.

При оценке биоклимата территории важно оценить дискомфортные явления погоды, которые не только препятствуют проведению большей части рекреационных занятий, но и часто физиологически вредны для организма человека. Так, зимой на территории Республики Мордовия наблюдаются туманы. Среднее число дней с туманами в холодный период года составляет от 15 до 25, средняя их продолжительность 72-118 часов. К дискомфортным явлениям зимой следует отнести и периоды с сильными морозами. Их продолжительность составляет от двух недель и более с температурами ниже -25°.

Дискомфортными явлениями погоды весной для территории Мордовии будут являться возвраты холодов и заморозки, которые возможны и в первой декаде июня. Ежегодно весной в республике наблюдаются суховеи. Признаками суховея являются относительная влажность воздуха меньше 30% при температуре воздуха выше +25° С и ветре не менее 5 м/с.

Дискомфортные явления погоды летом – сильные ливни, грозы, засухи, суховеи. Дождливым принято считать день, когда выпадает более 3 мм осадков (в дневное время). В среднем в летний период в республике насчитывается не менее 5-7 таких дней ежемесячно и 1-2 дня ежемесячно с сильными ливнями (более 10 мм). Ежемесячно отмечается также 3-8 дней с суховеями средней интенсивности. В среднем за год летом в Мордовии бывает 25-28 дней с грозами и 15-18 дней с градом.

Дискомфортные явления погоды осенью – туманы и гололед. Гололед представляет значительную опасность для автотранспорта и пешеходов.

На основании вышеизложенного можно констатировать, что биоклимат Республики Мордовия, оказывая в основном тренирующее воздействие на организм рекреантов и туристом, является благоприятным для развития различных видов туристско-рекреационной деятельности: восстановительные, развивающие, рекреационно-лечебные, рекреационно-спортивные и др.

Гидрологические туристско-рекреационные ресурсы Мордовии включают ресурсы поверхностных и подземных пресных и минеральных вод. В жаркое время года в средних широтах этот вид ресурсов используется наиболее широко. Освоение гидрологических туристско-рекреационных ресурсов в значительной мере зависит от экологического фактора и соответственно от санитарно-эпидемиологической обстановки (закрытие и перенос пляжей, создание частных пляжей и т. д.). Гидрологические ресурсы могут вовлекаться в процесс туристско-рекреационной деятельности как элемент аттрактивности (пейзажи, экскурсии), использоваться без прямого расходования (речные купания) и непосредственно расходоваться (минеральные источники).

По показателю обеспеченности территории водными объектами Республика Мордовия относится к районам с плохо развитой гидрографической сетью. В республике насчитывается 1525 рек общей протяженностью более 9 тыс. км и более 500 озер и прудов, имеющих общую площадь зеркала вод около 9 км². Площадь республики составляет 26,2 тыс. км². Отсюда, обводненность территории Мордовии составляет 0,35 и заозерность - 0,03. Для сравнения – на территории Ха-

баровского края насчитывается 205 тыс. рек общей длиной 569 тыс. км и 58 тыс. озер с общей площадью водного зеркала около 4 тыс. км², обводненность края составляет 0,72, а заозерность - 0,51 [2].

Пляжно-купальный отдых в Мордовии может быть организован на берегах озер, рек и искусственных водоемов (прудов, карьеров, водохранилищ).

При организации купания на реках оптимальные условия наблюдаются, когда скорость течения не превышает 0,3 м/с. Реки с быстрым течением - более 0,5 м/с - не пригодны для купания. Реки бассейна Мокши имеют преимущественно спокойное течение (0,1-0,4 м/с), а потому по степени благоприятности для пляжно-купального отдыха в целом благоприятны. Скорость течения рек бассейна Суры до 1,0 м/с и они относительно благоприятны и неблагоприятны для данного вида отдыха.

По берегам рек часто встречаются песчаные пляжи, которые дают возможность полноценного отдыха не только взрослых, но и детей. Берега во многих случаях сухие террасированные, без крутых спусков, пригодные для освоения в естественном состоянии. Снижает оценку многих пляжей заустаренность, что требует небольшой расчистки.

Санитарно-гигиенические условия рек Мордовии относятся к числу благоприятных и относительно благоприятных. Малые реки, как правило, чистые, источников загрязнения нет, а вода Мокши и Суры самоочищается, источники загрязнения достаточно легко устранимы.

Почти все озера республики пойменные, по происхождению они являются старицами. Они не отличаются большими глубинами, имеют продолговатую извилистую или подковообразную форму. В республике много прудов, карьеров. Большинство озер, а также пруды и карьеры можно использовать для пляжно-купального отдыха.

Карьеры образуются на месте бывших горных выработок. Например, карьер на месте добычи песка в Ичалковском районе республики постепенно заполнился водой и используется местными жителями (и не только) для купания. Однако этот карьер имеет существенные недостатки: отмель невелика, дно неровное, на дне карьера может находиться старая техника, что создает небезопасные условия для купания, а также проходит силовой кабель. Поэтому перед началом рекреационного использования карьеров необходимо производить обязательное выравнивание и очистку дна.

Водоемы Мордовии можно использовать для спортивной рыбалки, так как 40 видов рыбы обитает в их водах.

Для *спортивного туризма* водные объекты республики не пригодны. Яхтинг требует большой акватории (свыше 400 га) с достаточной глубиной (от 3 м) и значительной изрезанностью береговой линии. Например, самое большое озеро республики – Инерка, его длина около 3 км, максимальная ширина – 215 м, максимальная глубина – 11 м (средняя – 7 м), а площадь, занимаемая озером, составляет всего 44,2 га. Второе по величине – озеро Шелубей в Теньгушевском районе. Размер его водной глади 18 га, средняя глубина – 3 метра. Третьим считается озеро Имерка – 14 га, расположенное в Zubovo-Полянском районе.

Для семейного туризма очень удобны малые реки Мордовии, текущие в пределах лесной зоны. Спортивные сплавы низких категорий сложности возможны только на Суре, которая отличается рядом препятствий и более высокой скоростью течения.

Оценивается также обеспеченность территории водными объектами, пригодными для питьевого водоснабжения туристов. Здесь можно отметить высокую обеспеченность Мордовии водой, пригодной для питья. Разгрузка подземных водоносных горизонтов происходит на склонах, в оврагах, балках в виде родников. Дебиты отдельных источников достигают 2,5 л/с. Подземные воды имеют хорошее качество. Многие родники расположены в местах, которые обладают высокой пейзажной привлекательностью, многие из них освещены.

Гидроминеральные ресурсы являются одними из основных природных лечебных факторов, используемых в санаторно-курортной практике. К ним относятся минеральные воды и лечебные грязи.

На территории Мордовии открыты значительные запасы хлоридно-натриевой минеральной воды («Мокшанка»), которая благодаря своим бальнеологическим свойствам может применяться для лечения хронических гастритов с секреторной недостаточностью, колитов, холециститов и др. Рекомендуется эта вода и здоровым людям с целью улучшения пищеварения. Минеральная вода «Мокшанка» используется также для приготовления лечебных минеральных ванн, способствующих нормализации обмена веществ.

Таким образом, Республика Мордовия обладает хотя и не огромным и разнообразным потенциалом гидрологических туристских ресурсов, но достаточным, позволяющим развивать научный, познавательный и спортивный туризм. Однако этот потенциал еще недостаточно востребован, хотя в ряде районов (особенно вокруг Саранска других и промышленных центров) в связи с усилением эксплуатации актуальными становятся вопросы охраны и мониторинга водных объектов.

Библиографический список

1. Колотова Е.В. Рекреационное ресурсоведение: Учебное пособие для студентов. М.: РМАТ, 1999. 135 с.
2. Масличенко В. А. Туристские ресурсы: Методическое пособие. Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2009. 64 с. URL: http://edu.dvgups.ru/METDOC/CGU/SOTS_KULT_SERVIS/TUR_RESURS/METOD/ (дата обращения: 27.04.15).

CLIMATE AND WATER RESOURCES OF TOURISM MORDOVIA

V.M. Kitsis

Mordovia State University. NP Ogarev

430005, Saransk, ul. Sovetskaya, d. 24, e-mail: vkitsis@mail.ru

The article deals with climate and water resources Tourism of the Republic of Mordovia. The data on climate and water characteristics of the region, allowing for different types of tourism and recreation activities.

Key words: bioclimate regime of solar radiation, ultraviolet treatment, atmospheric circulation, temperature regime, the regime of humidity and precipitation, Sun-bathing vacation, sports tourism.

УДК 911.9

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Е.В. Конышев

Вятский государственный гуманитарный университет,
610002, г.Киров, ул. Красноармейская, 26, e-mail: konj@bk.ru

В статье раскрыты основные особенности пространственной организации туристско-рекреационной системы Кировской области, представлен туристско-рекреационный каркас, потенциальные опорные точки, дана характеристика туристских маршрутов, определены основные типы рекреационной деятельности.

Ключевые слова: пространственная организация, туристско-рекреационная система, Кировская область

Пространственно-временной подход в географической науке поднял научные исследования на качественно иной уровень. Более того, по мнению Е.Г. Анимицы, пространственно-временная парадигма сегодня пронизывает и большую часть гуманитарных (общественных) наук [1]. Этому подходу придерживается большинство исследователей и туристско-рекреационной тематики. Пространственно-временной подход особенно эффективен в туристско-рекреационных исследованиях, так как позволяет вскрыть всю «многослойность» ту-

ристско-рекреационной системы. В контексте данного исследования пространственно-временной подход позволил выявить особенности пространственной организации туристско-рекреационной системы Кировской области. Пространственная организация региональной туристско-рекреационной системы (далее РТРС) характеризуется с одной стороны как сложившееся в контексте исторического развития сочетание компонентов РТРС (туристско-рекреационный район), а с другой стороны как управляющее воздействие с целью упорядочивания системы и поддержания ее на заданной траектории развития и/или как саморегулирование данной системы (территориальное планирование и управление). Туристско-рекреационный район – это динамичная территориальная система, функционирующая в определенном режиме и обладающая определенной ритмичностью. Своеобразным скелетом формирования туристско-рекреационного района является туристско-рекреационный каркас, развитие которого осуществляется с учетом потребностей местного населения и интересов туристов. Для характеристики пространственной организации РТРС необходимо осуществить оценку:

- туристско-рекреационных ресурсов, выявление мест их концентрации, обозначение уникальных и типичных свойств территории, анализ функционирующих предприятий и объектов туристской индустрии и инфраструктуры;
- рекреационных потребностей местного населения и туристских интересов жителей других регионов
- существующих туристских маршрутов и зон рекреации.

Логичным завершением оценки туристско-рекреационных ресурсов, рекреационных потребностей и туристского интереса является комплексное туристско-рекреационное районирование территории и определение географии туристских потоков.

Результаты комплексного туристско-рекреационного районирования применяются в процессе территориального планирования и управления. Органы исполнительной власти, ответственные за развитие туризма в регионе применяют, как правило, традиционные инструменты регионального регулирования: административные, экономические и смешанные [4]. В соответствии с основными положениями ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)» большинство регионов использует кластерный подход при разработке проектно-программных документов территориального планирования и управления. Учитывая специфику туризма, важное место среди инструментов регионального регулирования РТРС занимает региональный маркетинг. По А.Л. Гапоненко, региональный и муниципальный маркетинг это система мер по привлечению в регион или город новых экономических агентов и инвестиций,

способствующих процветанию региона в целом [2]. К экономическим агентам мы относим в первую очередь въездных туристов.

На формирование туристско-рекреационного каркаса Кировской области оказывает влияние совокупность природных, социально-экономических, демографических, геополитических факторов.

Туристско-рекреационный потенциал Кировской области оценивается как стандартный, что обусловлено расположением в умеренном климатическом поясе, равнинностью и удаленностью от теплых морских побережий. В этой связи возникают сложности с экономическим использованием туристско-рекреационного потенциала, привлечением инвестиций для развития туристской индустрии и инфраструктуры и формированием конкурентоспособного туристского продукта.

Основными показателями, характеризующими уровень и динамику развития туристской подсистемы Кировской области являются:

1. Объем и динамика посетителей. С 2003 г. по 2014 г. объем посещений вырос почти в 2 раза, но в абсолютных показателях занимает 8 место среди регионов ПФО, уступая Республике Татарстан, Республике Башкортостан, Пермскому краю, Нижегородской, Самарской, Саратовской и Оренбургской областям.

2. Величина и доля налоговых отчислений от предприятий туристской индустрии. Объем налоговых поступлений от предприятий туристской индустрии не превышает 150 млн рублей, что составляет менее 0,5% от общей величины налоговых поступлений.

3. Объем потребления туристских, гостиничных и санаторно-оздоровительных услуг. Данный показатель существенно вырос за последние 10 лет (в среднем в 4 раза), что свидетельствует о росте внутренней потребности и возможности жителей Кировской области приобретать туристско-рекреационные услуги.

В Кировской области насчитывается около 200 памятников природы, 12 населенным пунктам присвоен статус исторических поселений, в 39 музеях проводится экскурсионная и просветительская деятельность. Но в основу конкурентоспособного туристского продукта должен быть заложен уникальный туристский ресурс или объект. На территории Кировской области можно выделить объекты, обладающие как объективной, так и субъективной уникальностью. К объектам с объективной уникальностью возможно отнести Котельничское местонахождение парейазавров и Нижнеивкинское местонахождение лечебных вод и грязей. К объектам субъективной уникальности можно отнести озеро Шайтан, реку Немда с Буржатским, Каменским и Чимбулатским ботанико-геологическими комплексами, проектируемый национальный парк «Атарская лука», места связанные с жизнью знаменитых людей, событийные мероприятия и некоторые другие объекты и явления. Выделенные туристские ресурсы могут стать доминантами

туристских маршрутов и туристских продуктов, как для въездного, так и внутреннего туристского рынка. Дополняющими элементами туристского маршрута или туристского продукта могут стать лесные массивы (особенно сосновые боры), реки как наиболее удобный путь для путешествия, контрасты ландшафта (обзорные точки, береговые обрывы, валуны, быстрые участки рек, озера, отдельные деревья и т.п.).

Региональная туристско-рекреационная система Кировской области имеет ядерно-ареальное строение. Она состоит из ядер, зон отдыха, туристских маршрутов и транспортных коридоров. Ядрами являются точки с наибольшей концентрацией туристско-рекреационных ресурсов, развитой туристской индустрией и хорошей транспортной доступностью. Эти ядра также принято называть опорной точкой, точкой роста.

При пространственной организации туристско-рекреационной деятельности в точках роста возможно использовать кластерный подход. Туристские кластеры начинают формироваться в городах Киров, Котельнич, Белая Холуница, в Нижнеивкинской курортной зоне. В перспективе возможно развитие туристских кластеров в городах Уржум, Яранск, Вятские Поляны, в селах Великорецкое, Рябово. Город Киров – центральное место регионального уровня, крупный транспортный центр, место начала и окончания многих туристских маршрутов по Кировской области, обладает богатым культурно-историческим потенциалом и развитой туристской индустрией. Город Котельнич – имеет статус исторического поселения, активно использует в качестве туристского ресурса расположенное южнее местонахождение парейазавров, создан тематический парк «Динозавры на Вятке». В городе Белая Холуница реализуется инвестиционный проект «Грейт-Филд», вблизи расположено крупнейшее в области водохранилище. Нижнеивкинская курортная зона развивается на базе местного местонахождения минеральных вод и грязей, характеризуется развитой инфраструктурой, известностью и востребованностью среди жителей соседних регионов. В каждом кластере складывается особая специализация, что исключает межрайонную конкуренцию, но способствует дифференциации регионального туристского продукта и повышению конкурентоспособности всей региональной туристско-рекреационной системы.

Примером межмуниципального взаимодействия могут стать протяженные туристские маршруты различной тематики (Всевятская туристская тропа). Данный маршрут может пройти через Кировскую область с севера на юг, и составить в общей протяженности около 500 км. В него планируется включить наиболее интересные и перспективные места для культурно-познавательного, оздоровительного, спортивного туризма. Всего по маршруту тропы и вблизи его находится около 120 памятников природы, культуры и истории или примерно две

трети от всех объектов, включенных в перечни региона. Тропа будет объединять туристскую инфраструктуру, обеспечивающую удобное безопасное передвижение туристов по Кировской области в пределах 10 районов Кировской области. Востребованными туристскими маршрутами могут стать как отдельные части Всеятской туристской тропы, так и маршруты примыкающие к ней. Например, водные маршруты по рекам Великая, Немда, Белая Холуница, Пушма, участкам реки Вятка.

Приоритетными направлениями туристской политики Кировской области являются поддержка событийных мероприятий и организация грантовых конкурсов на реализацию проектов в муниципальных образованиях Кировской области. Наиболее значимыми событийными мероприятиями являются: Великорецкий крестный ход, Международный фестиваль «Всемирные сказочные игры», Всероссийский фестиваль авторской песни «Гринландия», Всероссийский фестиваль-конкурс актерской песни «Шар голубой», Всероссийский «Васнецовский пленер», Межрегиональный мотокросс памяти Раифа Шаяпова, Межрегиональный фестиваль мастеров народных промыслов «Вятский лапотъ», Межрегиональный фестиваль «Колесная феерия», Фестиваль народного творчества и юмора «Истобенский огурец», областной фестиваль «Орловская ладья», областной праздник «Ярмарка Казанская». Данные событийные мероприятия позволяют увидеть географические и социокультурные особенности территории в сжатые сроки и в адаптированной для посетителей форме. Основными посетителями событийных мероприятий являются местные жители и жители других муниципальных образований Кировской области. Формирование туристского потока на событийные мероприятия сдерживается отсутствием предприятий туристской инфраструктуры и индустрии.

Благодаря грантовой поддержке Правительства Кировской области в муниципальных образованиях реализуются микропроекты по созданию объектов туристской индустрии и инфраструктуры. В Котельниче реализуется проект «Котел времен», в Уржуме – «Каравай ржаной уржумский», в Сунском районе – «Славим род живописцев Руси», в Афанасьевском районе – «Организация туристической базы «Вятская лошадка», в Белохолуницком районе – «Совершенствование и развитие конно-спортивного туристического «Сокол»...», в Лебяжском районе – создание туристического развлекательного комплекса «Лебяжье уголок России», в Яранском районе – «Создание культурно-досугового комплекса «Будущее Шамшуренковской коляски».

Развитие рекреационной подсистемы преследует цель восстановление психофизических и духовных сил человека, проживающего на данной территории через реализацию рекреационных услуг. Потребление рекреационных услуг осуществляется как правило на прин-

циях самоорганизации. Рекреационная подсистема формируется в течении длительного промежутка времени с учетом региональных потребностей и запросов общества на основе научно обоснованных нормативов, является неотъемлемой частью градостроительного плана, учитывает специфику занятости населения, уровень его благосостояния, уровень конкуренции незначителен, развивается большей частью за счет бюджетного финансирования. Ее развитие базируется на наиболее распространенных, «типичных» ресурсах, широко доступных для местных жителей в процессе рекреации. Среди кратковременных видов рекреации у большинства рассматриваемых групп населения привлекательными являются отдых на даче и отдых у водоемов. С учетом данных предпочтений сеть рекреационных учреждений, зон отдыха и дачных участков тяготеет к облесенным берегам водоемов с хорошей транспортной доступностью (в пределах часовой доступности): карьеры у пос. Стрижи, Пагинка, берега рек Великая, Быстрица, Вятка. Некоторые предприятия наоборот располагаются в труднодоступных, но с высокой эстетической привлекательностью местах (Донаурово).

В следствие социально-географических и культурно-исторических особенностей каждое муниципальное образование в Кировской области обладает различным туристско-рекреационным потенциалом, социально-географическими и экономическими особенностями, что позволяет разрабатывать уникальный муниципальный туристский продукт и выступать активным субъектом регионального маркетинга [3].

В целом можно сделать вывод о необходимости дальнейшего развития региональной туристско-рекреационной системы, обосновании более эффективной модели ее пространственной организации, разработке механизмов инновационного использования туристско-рекреационного потенциала, формированию конкурентоспособного внутреннего и въездного туристского продукта.

Библиографический список

1. *Анимица Е.Г.* Пространственная организация общества: постановка проблемы и концептуальные установки // Известия УрГЭУ №2(19). Екатеринбург, 2007.
2. *Гапоненко А.Л.* Развитие региона: цели, закономерности, методы управления. М., 1999. С. 16-20.
3. *Коньшев Е.В.* Рекомендации по реализации туристской политики в муниципальных районах Кировской области // Прошлое, современное состояние и прогноз развития географических систем: материалы Всероссийской научной конференции с международным участием 2-4 октября 2014 г., г.Киров / сост. А.М. Прокашев. Киров: Изд-во ВятГТУ, 2014. С. 198-203.

4. Шарыгин М.Д. Территориальное планирование и управление: учеб. пособие / М.Д. Шарыгин: Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – 2-е изд., перераб. Пермь, 2014. 36 с.).

SPATIAL ORGANIZATION OF TOURISM AND RECREATION IN KIROV REGION

E.V. Konyshov

Vyatka State University of Humanities

610002, Kirov, Krasnoarmeyskaya Street, 26, e-mail: konj@bk.ru

The article deals with the basic features of the spatial organization of tourism and recreation of the Kirov region, presented the tourist and recreation framework, the potential pivot points, the characteristic of tourist routes, the basic types of recreational activities.

Key words: spatial organization, tourism and recreation system, the Kirov region.

УДК 378.14

ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ: СПЕЦИФИКА КУРСА И МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

Л.Е. Куприна

Тюменский государственный университет

625003, г. Тюмень, ул. Семакова, 10, e-mail: sksit.utmn@mail.ru

В статье раскрываются цель, задачи межпредметные связи курса «Технология разработки туристских маршрутов». Представлены тематический план, карта оценивания профессиональной компетенции, включающей требование к овладению студентами способности самостоятельно находить и использовать различные источники информации при проектировании туристских маршрутов. Приводится пример плана защиты индивидуально-группового проекта, дается описание интерактивных форм обучения студентов.

Ключевые слова: тематический план, междисциплинарные связи, индивидуально-групповая работа, проектный метод обучения.

Развитие туризма возможно при соблюдении ряда условий, одним из которых является высокий уровень профессиональной подготовки специалистов. В этом видится роль такой дисциплины как «Технология разработки туристских маршрутов», которая является дисциплиной профессионального цикла и базируется на таких дисциплинах как «Введение в специальность», «Технология въездного туризма», «Безопасность жизнедеятельности», «Организация туроператорской и турагентской деятельности», «Активный туризм».

Цель дисциплины: получение студентами представление о специфике туризма и особенности разработки маршрутов в разных видах туристской деятельности.

Основными задачами курса является освоение студентами:

- приемов работы по составлению нитки туристских маршрутов;
- представления об этапах проектирования туристского маршрута;
- навыков работы с литературными источниками и Интернет-ресурсами при работе над рефератом и его презентацией.

Студентам очной формы обучения курс читается в 6 семестре. Форма промежуточной аттестации контрольная работа, зачет. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа, из них контактная работа студента с преподавателем: 14 часов – лекции, 14 часов – практические занятия, в том числе 6 часов - в интерактивной форме, на иные виды работ предусмотрено 1,5 часа. На самостоятельную работу отводится 42,5 часа. Курс разбит на три модуля, в конце изучения третьего модуля студентам предстоит защита проекта туристского маршрута (Табл. 1) [1].

Таблица 1
Тематический план дисциплины «Технология разработки туристских маршрутов».

Очная форма обучения									
<i>№</i>	<i>Тема</i>	<i>Недели семестра</i>	<i>Лекции</i>	<i>Семинар (практич. занятия)</i>	<i>Иные виды работ</i>	<i>Самостоятельная работа*</i>	<i>Итого часов по теме</i>	<i>Из них в интерактивной форме</i>	<i>Итого кол-во баллов</i>
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Модуль 1. Туристский маршрут									
1. 1	Понятие «туристский маршрут»	1	1	1	-	2	4	-	0-3
1. 2	Нормативы и разрядные требования в спортивном туризме	2	2	2	-	4	8	-	0-12
1. 3	Этапы организации и проведения туристского похода	3	1	-	-	4	5	2	0-15
Всего			4	3	-	10	17	2	0-30

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Модуль 2. Основы технологии разработки туристских маршрутов									
2.1	Составление нитки маршрута	4,5	2	2	-	4	8	2	0-7
2.2	Подбор снаряжения	6,7	2	2	-	4	8	-	0-10
2.3	Питание и медицинское обеспечение в походе	8	1	-	1	2	4	-	0-13
Всего			5	4	1	10	20	2	0-30
Модуль 3. Проектирование туристского маршрута									
3.1	Смета туристского маршрута. Документация	9, 10	2	2	-	3	7	-	0-10
3.2	Проектирование туристского маршрута (на выбор)	11,12	3	2	-	7	12	-	0-10
3.3	Защита проекта	13,14	-	3	0,5	12,5	16	2	0-20
Всего			5	7	0,5	22,5	35	2	0-40
Итого (часов, баллов):			14	14	1,5	42,5	72	6	0-100
Из них в интерактивных формах		-	-	-	-	-	-	6	

Содержание курса «Технология разработки туристских маршрутов» имеет интегрированный характер и опирается на знания смежных дисциплин, что очень влияет на определение содержания тем каждого модуля. Практически все темы предусматривают также и перспективные связи с такими дисциплинами как: «Технология разработки туров» и «Обеспечение безопасности в туризме» (Табл. 2). Такие тесные связи со многими дисциплинами определяют специфику курса, а автор видит в нем большую практическую направленность в профессиональной подготовке студентов.

Таблица 2

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ n/ п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	Темы дисциплины, необходимые для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин								
		1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.4
1.	Технология разработки туров	+	+		+	+	+	+	+	+
2.	Обеспечение безопасности в туризме		+	+		+	+		+	+

В результате освоения образовательной программы студент должен обладать следующими общекультурными и профессиональными компетенциями: логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-4); способностью самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта (ПК-3). В таблице 3 показаны результаты обучения по уровням освоения материала: пороговый, базовый, повышенный в соответствии с критериями оценивания профессиональной компетенции ПК-3.

Таблица 3

Карта критериев оценивания профессиональной компетенции ПК-3

<i>Результаты обучения по уровням освоения материала</i>			<i>Виды занятий</i>	<i>Оценочные средства (тесты, творческие работы, проекты и др.)</i>
<i>пороговый (удовлетворительно) 61-75 баллов</i>	<i>базовый (хорошо) 76-90 баллов</i>	<i>повышенный (отлично) 91-100 баллов</i>		
1	2	3	4	5
<i>Знать:</i> - специфику турпродукта – туристского маршрута, - о разнообразии видов маршрутов по: содержанию, протяженности, сложности и т.д.	<i>Знать:</i> - теоретические основы технологий формирования туристских маршрутов; - нормативные и разрядные требования в классификации туристских маршрутов, существующие на период разработки маршрутов;	<i>Знать</i> - методы картирования и приемы наложения тематических карт с целью анализа туристской деятельности региона при проектировании туристского маршрута; - технологию категорирования туристских спортивных маршрутов	Лекции, практические занятия	- устные ответы; - собеседования; - контрольные работы; - тесты
<i>Уметь:</i> - составлять нитку туристского маршрута; - определять оптимальный график и программу туристского маршрута	<i>Уметь:</i> - проводить расчеты сметы расходов; при подборе продуктов питания, снаряжения, медицинской аптечки и др. при проектировании туристского маршрута для конкретного вида похода и района путешествия	<i>Уметь:</i> - самостоятельно работать с литературными и картографическими источниками при составлении проектов туристских маршрутов; - составлять программу туристского маршрута с учетом природно-климатических условий региона, интересов и возрастных особенностей туристов и других условий	практические занятия, семинары	- контрольные работы; - тесты; - рефераты;

Окончание таблицы 3

1	2	3	4	5
<i>Владеть:</i> - навыками работы с современными компьютерными технологиями при составлении проекта туристского маршрута, маршрутов троп природы	<i>Владеть:</i> - навыками работы с литературными источниками и Интернет-ресурсами при работе над рефератом и его презентацией. - методами оценки по картам и другим литературным и интернет-источникам при оценке ситуации при разработке маршрутов походов и троп природы на основе самостоятельного анализа с проектированием	<i>Владеть:</i> - аргументированной устной защитой авторского проекта с обоснованием учета вида туризма, способа передвижения, сезона путешествия, экологически безопасных норм туристского природопользования; - составлением письменного варианта проекта, логически выстроенного с выводами и рекомендациями	практические занятия, семинары	- доклады-презентации с обоснованием актуальности авторского проекта

В обучении студентов используются активные методы и формы обучения: проблемная лекция, проектный метод, деловая игра и др. [2]. Завершающее занятие при изучении курса проводится в форме презентации-защиты индивидуально-группового проекта туристского маршрута. Ниже представлен план защиты.

План защиты индивидуально-группового проекта

туристского маршрута I категории сложности

Сделать обоснование:

- 1) выбора категории сложности маршрута в связи с возрастом и туристской квалификации участников и руководителя похода;
- 2) распределения обязанностей в связи с туристской квалификацией участников, туристско-краеведческой направленностью маршрута;
- 3) выбора туристско-экскурсионных объектов, мест ночевки и дневок в связи с культурно-историческими и физико-географическими особенностями района путешествия и техническими характеристиками маршрута;
- 4) подбора продуктов и рациона питания в связи с возрастом участников, сложностью и вида путешествия, с учетом калорийности продуктов питания;
- 5) подбора снаряжения, ремонтного набора в связи с выбранным видом туристского похода;

- 6) состава медицинской аптечки - с учетом сезона, природно-климатическими особенностями района путешествия, способа передвижения, возрастными критериями участников похода;
- 7) распределения веса груза между участниками (группового и личного снаряжения, продуктов) с учетом половозрастного состава группы;
- 8) обоснование сметы расходов;
- 9) обеспечение безопасности (с учетом всех пунктов 1-8), планируемые меры;
- 10) Вывод: оригинальность туристского маршрута, рекомендации.

Примечание: пункты защиты можно сгруппировать по ходу выступления каждого участника проекта. Но в заключении вывод делает руководитель проектной группы.

Заключительное занятие способствует формированию у студентов не только профессиональных компетенций, но и чувство ответственности, умения распределять свое время, четкости и аккуратности – что также очень важно в профессиональной деятельности.

Библиографический список

1. *Куприна Л.Е.* Технология разработки туристских маршрутов: учебное пособие. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2013. 164 с.
2. Педагогические технологии / под общей ред. В.С. Кукушкина. М.: ИКЦ «Март», Ростов н/Д.: изд. центр «Март», 2006. 336 с.

TECHNOLOGY DEVELOPMENT TOURIST ROUTES: SPECIFICS OF THE COURSE AND METHODS OF TEACHING STUDENTS

L.E. Kuprina

Tyumen State University

625003, Tyumen, ul. Semakova, 10, e-mail: sksit.utmn@mail.ru

The article describes the purpose, objectives interdisciplinary communication course «Technology of development of tourist routes». Presented thematic plan, map evaluation of professional competence, including the requirement to master the students ability to independently find and use different sources of information for the design of tourist routes. An example of a plan to protect individual group project, a description of interactive forms of teaching students.

Key words: thematic plan, interdisciplinary communication, individual and group work, project-based learning.

ПОКАЗАТЕЛИ ИНТЕНСИФИКАЦИИ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ

Д.В. Максимов, В.В. Миненкова, Е.В. Куделя, И.В. Цулая
Кубанский государственный университет,
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149, e-mail:
dvmaksimov68@mail.ru

В статье рассматриваются условия перехода туристско-рекреационного комплекса (ТРК) региона с экстенсивного на интенсивный путь развития. Приводятся сложные экономические индексы для оценки влияния различных факторов.

Ключевые слова: объем услуг ТРК, индекс объема услуг ТРК, экстенсивный путь развития ТРК, интенсивный путь развития ТРК.

Цели развития туристско-рекреационного комплекса (ТРК), для различных субъектов рыночной деятельности могут быть различными, но близкими и сочетающимися. Так, государственная политика направлена на оздоровление своих граждан, перераспределение в депрессивные регионы (выравнивание уровня бюджетной обеспеченности) ресурсов из финансово-благополучных и динамично развивающихся регионов и отраслей для реализации мероприятий государственных программ, стабильности в обществе. Целью развития для бизнес-сообщества является извлечение прибыли, а для органов власти и управления региона – социальная стабильность, наполнение бюджета, занятость населения, повышение его квалификации. Население региона заинтересовано в возможности устроиться на более высокооплачиваемую работу, увеличении количества рабочих мест и доходов домохозяйств.

Целью развития ТРК (для самого ТРК и региона, в котором он расположен) является увеличение притока финансовых средств из других регионов за счет реализации туристских услуг. При этом решаются задачи повышения занятости и благосостояния местного населения, формирования различных фондов (в том числе бюджета) для реализации региональных проектов, развития сферы услуг и т.д.

Понятно из вышесказанного, что важнейшая проблема – увеличение объема услуг ТРК (выручка от реализации, доходы предприятий ТРК), который может быть рассчитан двумя способами (формулы 1 и 2):

$$ОУ_{ТРК} = Ч_Т \times C_{преб} \times P_T \quad (1)$$

где $ОУ_{ТРК}$ – объем реализации услуг ТРК, руб.,

$Ч_T$ – численность туристов, чел.,

$С_{\text{преб}}$ – средний срок пребывания 1 туриста, дней,

P_T – средние расходы в день по всем направлениям 1 туриста.

Второй вариант расчета выглядит следующим образом:

$$ОУ_{\text{ТРК}} = M_K \times 365 \text{ дней} \times K_3 \times P_T \quad (2)$$

где M_K – количество мест в СР, ед.,

K_3 – коэффициент загрузки (заполняемости) СР в среднем за период, %.

Как видно, в правой стороне формул присутствует один и тот же множитель – средние расходы в день 1 туриста (P_T), который представляет качественную сторону объема услуг, т.к. размер расходов туриста в день определяется качеством основных фондов СР, качеством обслуживания в них, наличием определенного спектра услуг (п.2.1). Выше уже отмечалось также, что при увеличении объема услуг ТРК за счет повышения расходов туристов в день, нагрузка на окружающую среду не возрастает (это – сфера услуг, а не производство товаров), что также говорит о повышении финансовой отдачи от туристов, т.е. переходе на интенсивный (качественный) путь развития. Подробно пути развития ТРК рассмотрены нами в статье «Пути развития ТРК» [1].

Произведения двух других множителей из обеих формул, как следует из формул 1 и 2, равны:

$$M_K \times 365 \text{ дней} \times K_3 = Ч_T \times С_{\text{преб}} \quad (3)$$

Данное равенство позволяет рассчитывать количество туристов (посетителей, по Александровой М.А.), пользуясь сведениями о заполняемости СР, количестве мест в них, а также среднем сроке пребывания туристов на курорте:

$$Ч_T = \frac{M_K \times 365 \text{ дней} \times K_3}{С_{\text{преб}}} \quad (4)$$

Нас более интересует другой аспект данных множителей: они несут в себе количественную сторону показателя «объем услуг» ТРК, т.к. при росте всех этих показателей увеличивается нагрузка на территорию, объекты турпоказа и СР (кстати, при этом комплекс СР вынужден увеличивать численность обслуживающего персонала, что также повышает рекреационную нагрузку на ресурсы региона).

Сам по себе показатель «объем услуг» в динамике характеризует увеличение или снижение эффективности работы ТРК, но для того, чтобы увидеть, по какому пути идет развитие ТРК (интенсивному или экстенсивному), за счет чего происходит увеличение или снижение объемов услуг, необходим расчет индексов сложных экономических явлений.

Переходя к индексам для изучения данного показателя в динамике, имеем формулу (1) в таком виде:

$$I_{\text{ОУТРК}} = I_{\text{ЧТ}} \times I_{\text{Спроб}} \times I_{\text{цен}} \times I_{\text{РТ}} \quad (5)$$

где $I_{\text{ОУТРК}}$ - индекс объема услуг ТРК,

$I_{\text{ЧТ}}$ - индекс численности туристов,

$I_{\text{Спроб}}$ - индекс среднего срока пребывания туриста,

$I_{\text{РТ}}$ - индекс средних расходов 1 туриста в день в сопоставимых ценах,

$I_{\text{цен}}$ - индекс цен на услуги ТРК (определяет Госкомстат).

Важнейшим признаком интенсификации туристской деятельности является повышение расходов туристов за 1 день отдыха. Естественно, что сравнение показателей расходов туристов в разные годы выглядит корректно только при условии сопоставимости данных, для чего они приводятся в ценах какого-то одного года (периода времени). Таким показателем выступает индекс среднедневных расходов туриста ($I_{\text{цРТ}}$), который может быть базисным и цепным:

$$I_{\text{цРТ}} = \frac{P_{\text{Т}i}}{P_{\text{Т}i-1}} \quad (6)$$

где $I_{\text{цРТ}}$ - цепной индекс среднедневных расходов туриста,

$P_{\text{Т}i}$ - среднедневные расходы туриста в i -й период,

$P_{\text{Т}i-1}$ - среднедневные расходы туриста в период, предшествующий i -му.

Аналогичная формула (7) применяется для расчета базисного темпа роста среднедневных расходов туриста ($I_{\text{бРТ}}$):

$$I_{\text{бРТ}} = \frac{P_{\text{Т}i}}{P_{\text{Т}0}} \quad (7)$$

где $P_{\text{Т}0}$ - среднедневные расходы туриста в базисный период.

Показатель изменяется в интервале от «0» до бесконечности, причем если он меньше или равен «1», то ТРК переходит на экстенсивный путь развития, если больше «1», то выбирается интенсивный путь развития. Чем выше значение темпа роста среднедневных расходов, тем более интенсифицируется деятельность ТРК.

Индексы численности туристов ($I_{\text{ЧТ}}$), среднего срока пребывания на курорте ($I_{\text{Спроб}}$) рассчитываются идентично индексу среднедневных расходов 1 туриста и изменяются в тех же интервалах.

Раскроем формулу (5), разложив индексы и найдя базисный индекс объема услуг (цепной рассчитывается аналогично):

$$I_{\text{ОУТРК}} = \frac{\sum \text{ЧТ}_{ij} \times \text{Спроб}_i \times P_{\text{Т}ij} \times I_{\text{цен}}}{\sum \text{ЧТ}_{0j} \times \text{Спроб}_0 \times P_{\text{Т}0j}} \quad (8)$$

где $Ч_{t_{ij}}$ и $Ч_{t_{0j}}$ - численность посетителей в регионе соответственно в i -й и базисный периоды по j -му направлению,

$С_{пр}_{i}$ и $С_{пр}_{0}$ – средний срок пребывания туристов в i -й и базисный периоды,

$Р_{t_{ij}}$ и $Р_{t_{0j}}$ - средние расходы в день по j -му направлению одного туриста в i -й и базисный (0) периоды в сопоставимых ценах.

Обязательным условием перехода на интенсивный путь развития ТРК является следующее:

$$I_{\text{оутрк}} > I_{\text{чт}} \times I_{\text{спреб}} \quad (9)$$

Оно соблюдается при том, что индекс среднедневных расходов туриста ($I_{\text{рт}}$) также больше произведения индексов численности туристов и срока пребывания 1 туриста:

$$I_{\text{рт}} > I_{\text{чт}} \times I_{\text{спреб}} \quad (10)$$

при $I_{\text{рт}} > 1$.

Аналогично первому способу расчета индекса объема услуг ТРК представим второй способ расчета объема услуг (формула 2):

$$I_{\text{оутрк}} = I_{\text{мк}} \times I_{\text{кз}} \times I_{\text{рт}} \quad (11)$$

где $I_{\text{мк}}$ - индекс количества мест в СР,

$I_{\text{кз}}$ - индекс заполняемости СР.

Раскрываем индексы в формуле (11), подставляя значения абсолютных показателей в соответствующие периоды и получаем базисный индекс объема услуг ТРК ($I_{\text{оутрк}}$):

$$I_{\text{оутрк}} = \frac{M_{k_i} \times K_{z_i} \times R_{t_i}}{M_{k_0} \times K_{z_0} \times R_{t_0}} \quad (12)$$

Кроме этого, при интенсификации туристской деятельности обязательно будут верными неравенства:

$$I_{\text{оутрк}} > I_{\text{мт}} \times I_{\text{кз}} \quad (13)$$

и соответственно

$$I_{\text{рт}} > I_{\text{мт}} \times I_{\text{кз}} \quad (14)$$

при $I_{\text{рт}} > 1$.

Если неравенство (13) будет соблюдено, а неравенство (14) – нет, но при этом $I_{\text{рт}} > 1$, (что означает увеличение доходов в первую очередь за счет количественных факторов), то развитие ТРК носит интенсивный характер, но с элементами экстенсивного пути развития.

К сожалению, объем статьи не позволяет привести все показатели и рассмотреть их с различных сторон, тем не менее, понятно, что увеличить приток средств в регион за счет ТРК можно двумя способами, используя:

– количественный фактор, т.е. привлечь больше туристов и на более длительный срок, при этом выбирается экстенсивный путь развития;

– стоимостной (качественный) фактор, т.е. привлечь более обеспеченных туристов и предложить им более широкий спектр качественных услуг, увеличив среднедневные расходы туристов (ТРК идет по интенсивному пути развития).

Библиографический список

1. Максимов Д.В., Пелина А.Н., Куделя Е.В., Гадушкина К.Н. Экстенсивный и интенсивный пути развития//ТРК Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2015. – С. 352-356.

INDICATORS FOR INTENSIFICATION OF TOURIST ACTIVITIES IN THE REGION

D.V. Maksimov, V.V.Minenkova, E.V.Kudelya
Kuban State University, 350040, Krasnodar, Stavropolskaya street, 149,
e-mail: dvmaksimov68@mail.ru

Abstract. This article discusses the transition condition of tourist-and-recreational complex of the region (State) with extensive to intensive development path. Provides complex economic indexes to evaluate the influence of various factors.

Key words: TRC services, the volume index of services TRC, extensive path development TRC, intensive development path TRK

УДК 338.48

ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КОТЕЛЬНИЧСКОГО МЕСТОНАХОЖДЕНИЯ ИСКОПАЕМЫХ ПОЗВОНОЧНЫХ ЖИВОТНЫХ (ВЕРХНИЙ ОТДЕЛ ПЕРМСКОЙ СИСТЕМЫ), КИРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

В.В. Масютин, И.А. Жуйкова

Вятский государственный гуманитарный университет, КОГБУК Вятский палеонтологический музей, 10002, г. Киров, ул. Красноармейская, 26, e-mail: kaf_geo@vshu.kirov.ru
610000, г. Киров, ул. Спасская, 22, e-mail: vpmus@mail.ru

В сообщении рассматриваются возможности использования туристского потенциала Котельничского района Кировской области для познавательного туризма и дана характеристика основных достопримечательностей. Особое внимание уделяется Котельничскому местонахождению позднепермских позвоночных и палеофлоры, которое протягивается на 26 км вдоль р. Вятки.

Ключевые слова: Котельничское местонахождение, полевая практика, познавательный туризм, палеонтология.

Ежегодно увеличивается количество желающих посетить этот памятник природы, что в перспективе способствует развитию туризма в регионе, поэтому необходимо прорабатывать возможность проведения экскурсионных программ для различных категорий туристов, большинство среди которых – школьники и студенты ВУЗов. Помимо развлекательно-информационного компонента, который обязательно должен присутствовать при проведении мероприятий с туристами, очень важна научная составляющая как неотъемлемая часть природного краеведения.

Ещё в конце XIX столетия русский геолог П. И. Кротов нашёл первые находки костей древних рептилий. Но изучение местонахождения началось с 1933 г., когда при гидрогеологических изысканиях молодой ассистент, а в последствии профессор Казанского университета С.Г. Каштанов нашёл и раскопал два скелета парейазавров [4].

К сожалению, ископаемый материал, собранный и отправленный С.Г. Каштановым в Палеонтологический институт АН, не удалось сохранить в достаточном для изучения состоянии. Как упоминает И. А. Ефремов, скелеты были плохо изъяты и запакованы. После вскрытия присланных ящиков оказалось, что находки были разбиты, а два скелета к тому же, находясь в одном ящике, перемешались, в результате мало что сохранилось [1]. Однако его находки привлекли внимание палеонтологов.

В настоящее время, решением Кировского облисполкома № 571 от 28.09.1962 г., Котельничское местонахождение ископаемых позвоночных представляет собой памятником природы областного значения. Более того, оно включено во Всемирный предварительный список геологических площадей (GILGES), составляемый специальной международной рабочей группой под эгидой ЮНЕСКО [5].

Интересна геологическая история местонахождения, которое сформировалось 260 млн лет назад. Слагающие это обнажение континентальные отложения относятся к северодвинскому ярусу верхнего отдела пермской системы и разделены на пять литологических пачек.

В основании разреза располагается Ванюшонковская пачка, сложена в основном красными, местами буроватыми аргиллитами с многочисленными белыми известковистыми конкрециями, видимая мощностью 10 м. Внутри пачки отчетливо выделяются пять костеносных горизонтов, которые содержат нередко полные скелеты, находящиеся в залегании *in situ* (то есть непосредственно на месте гибели и захоронения животных).

В центральной части обнажения Ванюшонковская пачка перекрывается горизонтально залегающей линзой оранжевых мелкозерни-

стых кварцевых песчаников Боровиковской пачки. Линза прослеживается на протяжении 8-10 км и имеет максимальную мощность до 17 м. Боровиковская пачка крайне бедна ископаемыми остатками.

В 12 км. южнее г. Котельнич, в Боровиковские отложения врезана линза темно-серых алевролитов и среднезернистых песчаников, относящихся к самостоятельной Чижевской пачке. Пачка содержит многочисленные растительные остатки, раковины остракод и чешуя рыб и отдельные костные фрагменты.

Вышележащая Шестаковская пачка сложена красными, местами серовато-коричневыми известковистыми аргиллитами с редкими прослоями серых песчаников. Мощность пачки варьирует от 5 до 25 м. К пачке приурочено массовое захоронение дицинодонтов.

В Шестаковскую пачку врезаны пять линз, образовавшихся благодаря древним мощным русловым потокам, представленными крупнозернистыми песчаниками с конгломератами, которые образуют Соколовгорскую пачку. Линзы имеют размеры до 200–400 м в ширину и до 20 м мощности. В линзах встречаются фрагментарные, в основном окатанные, кости тетрапод, а также раковины остракод и двустворок.

Основу котельничской фауны составляют находки растительноядных парейазавров (*Deltavjatia vjatkensis*). Затем, по количеству ископаемых находок, встречаются примитивные растительноядные дромазавры (*Suminia getmanovi*). Ранее находки дромазавров были обнаружены только в Ажной Африке (плато Карру), где представлены разрозненными фрагментами костей черепа и скелетов плохой сохранности. Кроме парейазавров и дромазавров, в Котельничском местонахождении найдены растительноядные дицинодонты (*Australobarbarus*), мелкая насекомоядная парарептилия (*Emeroleter levis*) и хищные тероморфы (*Viatkogorgon ivakhnenkoi*, *Viatkosuchus sumini*, *Karenites ornamentatus*, *Scalopodontes kotelnichi*, *Perplexisaurus foveatus*, *Scalopodon tenuisfrons* и *Chlynovia serridentatus*, а также сцилякозавр – *Kotelcephalon viatkensis*).

Фаунистический комплекс, известный из врезаемых в мергели песчаных линз, относится к более молодым и несколько отличается от нижележащих по групповому составу. В этом горизонте были найдены находки амфибий – лабиринтодонта (*Dvinosaurus primus*), храниозухии (*Chroniosaurus levis*), а также более прогрессивного парейазавра проелгинии (*Proelginia* n. sp. *permiana*) и почти полный череп зверообразной рептилии пробурнетии вятской (*Proburnetia vjatkensis*) [3].

Уникальность местонахождении заключается в том, что в период с 1933 г. по настоящее время, здесь было обнаружено и дано научное описание 18 новым видам животным [2]. И каждый год учёные

находят и раскапывают в береговых обнажениях что-то новое, неизвестное до этого палеонтологической науке.

Кроме остатков наземных позвоночных, из местонахождения известны находки многочисленных древних растений *Algites* sp., *Phyllothea* aff. *turnaensis* Gorelova, *Paracalamites* sp., *Pecopteris*(?) sp., *Peltospermopsis*(?) cf. *buevichinae* (Gomankov et S. Meyen) Gomankov., *Salpingocapus* cf. *variabilis* S. Meyen, *Permothea sardykense* Zalesky, *Tatarina conspicua* S. Meyen, *Rhylladoderma* (*Aequistomia*) ex gr. *annulata* S.Meyen, *Pursongia beloussovae* (Radozenko) Gomankov et S.Meyen, *Cordaites* sp., *Geinitzia* (?) sp. и R. aff. *Sukhonensis* [Хлюпин].

Каждый год, начиная с мая по октябрь, школьники, студенты и просто туристы, которые интересуются прошлым нашей планеты, имеют возможность посетить место раскопок древних ящеров. Работы по нахождению останков этих древних ящеров пермского периода ведутся сотрудниками палеонтологического музея регулярно каждый год.

Для развития и привлечения туристов имеются несколько предпосылок. Первая – само местонахождение начинается с города Котельнич, который расположен на Транссибирской магистрали и имеет возможность приехать как на железнодорожном, так и на автомобильном транспорте. Для этого имеется вся инфраструктура (гостиницы, кафе, столовые, транспорт и т.п.), которые расположены непосредственно в г. Котельнич.

Второе – старый русский город Котельнич, несмотря на маленькое и компактное расположение, имеет много достопримечательностей. В нем возможно окунуться в историю, начиная от древних пермских ящеров – посетив Котельничский палеонтологический музей в котором показаны уникальные находки, затем в эпоху динозавров – увидеть тематический парк «Динозавры на Вятке», посмотреть жизнь Котельничского уезда в музее истории крестьянства, узнать историю города и жизнь купечества в краеведческом музее.

Для школьников и студентов естественнонаучного цикла имеется уникальная возможность проходить комплексную практику и проводить научно-исследовательскую работу. На территории Котельничского района и г. Котельнича находится четыре памятника природы:

- Котельничское местонахождение ископаемых позвоночных животных пермского периода палеозойской эры возрастом 260 млн лет;

- Нургушский заповедник, единственный заповедник в Кировской области – это 5635 га лесистой поймы правого берега реки Вятки с пятью пойменными речками и многочисленными старичными озера-

ми. Озёра иллюстрируют все стадии зарастания по луговому типу, есть образования торфа.

– Котельничская дубовая роща в пойме левого берега Вятки, расположенная напротив города – одна из самых северных на северо-востоке Европейской части России. Под охрану здесь взяты 17 кварталов общей площадью 1546 га. На территории дубовой рощи, которая ежегодно заливается внешними водами, расположены многочисленные озера-старицы, остатки древнего русла реки Вятки.

– Береговой оползень у дер. Климичи служит ярким примером современного формирования рельефа области в результате водной эрозии. Это классический пример берегового оползня. Здесь, по правому берегу р. Вятки, в 4 км. выше г. Котельнича, вниз по склону на 50 метров съехал целый участок пихтового леса. Деревья, кустарники, даже муравейники остались невредимыми.

На базе данных памятников природы возможно проводить ландшафтную, геологическую, экологическую и другие комплексные выездные практики для школьников и студентов. Имеется возможность составить палеонтологическую и геологическую коллекцию, а также собрать гербарий, понаблюдать за животными в дикой природе. Возможно провести полевые лабораторные исследования по общим физическим и водно-химическим свойствам вод, почв, грунтов, горных пород.

Продолжительность и место выбора объектов для проведения выездных экскурсий и/или полевых практик зависит от поставленных целей педагогов или туристов. В свою очередь туристский потенциал Котельничского района имеет совокупность как природных, историко-культурных объектов, так и социально-экономических и технологических предпосылок для организации туристской деятельности на данной территории.

Библиографический список

1. *Ефремов И.А.* Заметка о перейазарах с Вятки. Предварительные описания новых форм пермской и триасовой фауны наземных позвоночных СССР. // Тр. Палеонтол. ин-та АН СССР. 1940. Т. 10. Вып.2. М.: Из-во АН СССР. С. 81-83.

2. *Ивахненко М. Ф.* Тетраподы Восточно-Европейского плакката – позднепалеозойского территориально-природного комплекса // Тр. Палеонтол. инст. РАН. Т. 283, 2001. 200 с.

3. *Ивахненко М.Ф., Голубев В.К., Губин Ю.М., Каландадзе Н.Н., Новиков И.В., Сенников А.Г., Раутиан А.С.* Пермские и триасовые тетраподы Восточной Европы, ПИН РАН. Т. 268, М.: Изд-во “ГЕОС”, 1997. 216 с.

4. *Каиштанов С.Г.* К находке пермских рептилий на р. Вятке близ г. Котельнича // Природа, №2, 1934. С. 74-75.

5. *Хлюпин А.Ю., Пахомова О.М., Коффа А.А., Лаломов А.В., Наугольных С.В.* Парк пермского периода на Вятской земле. Киров, 2007. 79 с. Режим доступа: <http://zverojascheryu>

TOURISM POTENTIAL OF THE KOTELNICH LOCALITY OF FOSSIL VERTEBRATES (UPPER PERMIAN) KIROV REGION

V. V. Masytin, I. A. Zhuikova

Vyatka State University of Humanities, ²Vyatka paleontological Museum
610002, Kirov, Krasnoarmeiskay Street, 26, e-mail: kaf_geo@vshu.kirov.ru
610000, Kirov, Spasskaya Street, 22, e-mail: vpmus@mail.ru

The report discusses the possibility of using the tourist potential of the Kirov region Kotelnichsky district for cultural tourism and characteristics of the main attractions. Particular attention is paid Kotelnich location paleoflora of Late Permian vertebrates and which extends for 26 km along the Vyatka river.

Key words: Kotelnich location, field practice, educational tourism, paleontology

УДК 379.822

ВОЗМОЖНОСТИ И РЕСУРСЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

В.В. Морозова

Ярославский государственный педагогический университет
150000, Ярославль, Которосльная наб., 46; e-mail: geovera@mail.ru

В данной статье рассматриваются возможности и ресурсы развития сельского туризма в Ярославской области. Дается краткая характеристика ресурсов, как фактора формирования сельского туризма, описываются причины, сдерживающие его развитие. Приводятся рекомендации по оптимизации сельского туризма в Ярославской области.

Ключевые слова: сельский туризм, возможности и ресурсы развития сельского туризма, Ярославская область.

Объектом исследования данной статьи является сельский туризм, предметом – возможности и ресурсы его развития в Ярославской области. Обратимся к понятиям и определениям, раскрывающих содержание данных категорий исследования. В отечественной научной литературе, в специальных правовых документах (законах, гостах) нет четкого определения понятия сельский туризм. Сельский туризм отождествляют с агротуризмом, с зеленым туризмом. Однако это не совсем правильно. Сельский туризм является одним из видов агротуризм-

ма и зеленого туризма. Этот вид туристической деятельности еще не получил законодательного правового статуса в России, поэтому и нет его четкого трактования. Можно дать два основных экономико-правовых определения сельского туризма. Первое определение, характеризует сельский туризм как часть экономики, а именно малого предпринимательства: это вид деятельности предпринимателей, проживающих в сельской местности и предоставляющих туристам туристический продукт, в виде услуг проживания, питания и других услуг, предусмотренных программой обслуживания туристов.

Другое определение относится к туристам, и оно согласуется с определением туризма, прописанным в ФЗ «Об основах туристической деятельности в РФ». Сельский туризм это временные выезды граждан Российской Федерации, с постоянного места жительства в сельскую местность в пределах РФ с целью отдыха и оздоровления, познания, обучения и другими целями, но без цели занятия деятельностью, связанной с получением дохода в месте отдыха на срок более 24 часов, но не более шести месяцев. Это определение относится к внутреннему виду туризма, за развитие которого, особенно в последнее время активно ратуют государственные власти на всех уровнях.

Сельский туризм и тем более сельская рекреация понятия для России относительно новые, хотя в Европе это направление туристической деятельности стало развиваться еще в середине прошлого века. Возможности и ресурсы для развития сельского туризма в России достаточные. Нужно уметь их выделять и оценивать. Возможности это философская категория и определяется она как направление развития, присутствующее в каждом явлении жизни, в определенном смысле возможности это потенциал для развития того или иного вида деятельности, в данном случае для развития сельского туризма в различных субъектах России. Ресурсы это количественная мера возможности. Благодаря географическому положению и широтной и меридиональной протяженности России возможности и ресурсы развития этого вида деятельности в разных регионах будут отличаться. Однако существуют общие методические и технологические подходы к организации сельского туризма и сельской рекреации, в основе которых лежат прикладные аспекты туроперейтинга. Последнее необходимо учитывать при разработке региональных программ развития сельского туризма.

Сельский туризм прочно вошел в экономику многих стран Европы и приносит ощутимый монетарный и социальный результат. Со-

гласно прогнозам Всемирной туристской организации (ЮНВТО), наиболее перспективными сегментами туристического рынка, являются: экологический, сельский, культурно-познавательный, круизный виды туризма. В практике развития туристской отрасли во многих странах экотуризм, агротуризм и сельский туризм – взаимодополняющие и взаимосвязанные понятия.

В странах западной Европы накоплен достаточно большой опыт по развитию сельского туризма, который должен изучаться в российских регионах, планирующих развивать это направление туристической деятельности. Агротуризм стал развиваться в Европе в 70-х гг. прошлого века. Основными причинами, обусловившими его быстрое развитие, явились потребности городского населения в более тесном общении с природной средой, причем не только созерцательном, но и в непосредственно прикладном. Целая категория туристов предпочитала обучиться основным крестьянским работам на поле, на ферме. Другим мотивом было желание родителей познакомить детей с домашними животными и это нашло живой отклик у детской аудитории. Поэтому сегодня значительную долю среди туристов в сельскую местность составляют семьи с детьми. Среди стран Европы по количеству туристов в секторе сельского туризма занимает Италия. Доход от этого вида деятельности, составляет около 300 млн евро в год [1].

В Италии в 1985 г. был принят закон о развитии сельского туризма. Региональные законы о развитии этого сектора экономики были приняты в отдельных областях страны (Пулья, Трентино-Альто-Адидже, Марке и Калабрия, Кампания). Предполагалось, что развитие сельского туризма, которое на первых этапах включало только проживание, причем зачастую спартанское в сельских домах, поможет ухудшающемуся экономическому положению итальянской сельской местности. При этом не предполагалось вложение больших инвестиций в этот вид деятельности. За 30 лет ситуация на рынке сельского туризма в Италии значительно изменилась. Он стал для многих жителей сел, туристическим бизнесом, включающим рекламу, маркетинговую и ценовую политику, квалифицированные кадры и т.д. [1].

С государственных решений по восстановлению заброшенных усадеб начиналось рождение сельского туризма во Франции. Резкое сокращение производства сыра и вина, отток сельских жителей в города заставил правительство Франции обратить внимание на про-

блемы сельской местности. В стране за счет государственных средств было восстановлено пятьдесят заброшенных усадеб, при которых имелись сыродельни и винодельческое хозяйство. Молодым семейным парам предложили быть хозяевами этих усадеб. Позже эти усадьбы превратились в объекты сельского туризма и этот вид отдыха стал приносить владельцам стабильный доход, поскольку росла его популярность. В настоящее время во Франции насчитывается около 45 000 сельских усадеб, работающих на рынке сельского туризма.

Активно развивается сельский туризм и в Германию. Первоначально он зародился в 70-х гг. прошлого века в Западной Германии как реакция на потребность городских жителей в отдыхе в сельской местности. После объединения восточной и западной частей Германии сельский туризм начал развиваться на всей территории страны. Развитие этого вида туризма в Германии поддерживается на всех уровнях: федеральном, земельном, коммунальном. Немцы это самая путешествующая нация в Европе. Однако значительная часть жителей (около 34%) совершают поездки по Германии. Около 13% (40,54 млн) туристов отдыхают в сельской местности, размещаясь на фермах, сельских дворах и в сельских пансионатах. Наиболее активную роль в развитии сельского туризма в Германии играют союзы или общества по туризму на уровне Федеральных Земель и межрегиональные партнерства, так как именно они занимаются планированием и содействием развитию туризма [1].

Активно развивается сельский туризм и в других странах Европы, таких как Австрия, Латвия, Эстония, Кипр. Сельский и экологический туризм в странах Европы курирует организация *Europea Centre for Eco Agro Tourism – ECEAT* [1].

Изучение зарубежного опыта по развитию этого вида туристской деятельности поможет найти правильные пути по его организации в России. Сельский туризм не может рассматриваться как исключительная альтернатива сельскохозяйственному производству, но это может быть одно из направлений возрождения российской деревни. Краткий обзор опыта развития сельского туризма в Европе показал, что во всех странах в той или иной степени государство и местные власти принимали участие в развитии этого направления экономики, но и роль местного самоуправления в развитии сельского туризма достаточно высока.

В России внимание к сельскому туризму со стороны государства весьма незначительное. Однако учитывая последние события в политической и экономической жизни государства это направление экономической деятельности весьма перспективно для нашей терпящей кризис сельской местности. Актуален вопрос развития сельского туризма и для Ярославской области, одной из 18 субъектов Центрального федерального округа России, занимающая седьмое место по площади (36177 тыс. км кв.) и шестое место по численности населения (1,27 млн человек).

Рассмотрим возможности и ресурсы для развития сельского туризма в Ярославской области. К ним можно отнести:

- удобное географическое положение области. Ярославская область находится на границе Центрального и Северо-западного федеральных округов. Со столичной агломерацией, расположенной в 160 км от южных границ области ее соединяют автомобильные и железнодорожные магистрали. Они же связывают область с северными территориями Европейской части России с Вологодской, Архангельской, Мурманской, Ленинградской областями, с республикой Карелия.

- Благоприятные природные условия: климат умеренной полосы, развитая речная сеть с главной водной артерией рекой Волга, которая протекает по территории области на протяжении более 300 км. В области расположено более 80 озер, из них такие крупные рекреационно и исторически ценные как озеро Неро и Плещеево. Территория области расположена в пределах лесных ландшафтов подзоны южной тайги и зоны смешанных лесов, богатых грибами, ягодами, а также животным миром.

- Развитая дорожная сеть в пределах области. И хотя качество дорог, созданных еще во времена СССР, оставляет желать лучшего, но практически все районы области и главные сельские поселения в их пределах соединяются между собой асфальтированными трассами. Общая протяженность автомобильных дорог в области составляет 18 450 километров, в том числе: федерального значения – 327 километров, регионального и межмуниципального – 6 354 километра, местного значения – 11 799 километров. С юго-запада на северо-восток область пересекает автомагистраль федерального значения, обеспечивающая связь центральных и северных регионов России: М-8 «Москва-Холмогоры» [2].

- Богатые культурно-исторические ресурсы области, которые являются важным фактором создания любого турпродукта в том числе и для сельского туризма, как дополнительной составляющей к основной туристической программе. На сегодняшний день в области насчитывается 5000 памятников истории и культуры, 250 действующих музеев.

- Наличие интереса у определенной части сельского населения области к развитию этого вида деятельности. На сегодня на всероссийском информационном сайте предлагающем услуги по отдыху в российской деревне <http://www.naselo.ru> среди 1617 предложений более пятидесяти по Ярославской области. [3].

Наряду с возможностями существуют сдерживающие факторы развития сельского туризма в регионе. К числу таких относится в первую очередь сокращение деревень и сельских жителей вместе с ними. На начало года в области было зарегистрировано 6040 сельских населенных пунктов, из них в 4560 люди проживают постоянно. В остальных деревнях и селах, составляющих 24,5%, население либо отсутствует совсем, либо проживают сезонно дачники. В Большесельском, Даниловском, Любимском, Некоузском, Первомайском муниципальных районах доля таких населенных пунктов составляет 30% и более.

Согласно прогнозу Росстата, за период до 2031 г. в Ярославской области ожидается снижение численности сельского населения до 211,3 тыс. человек, при этом продолжится его старение. Прогнозируется, что в трудоспособном возрасте численность сельского населения области снизится на 19%, в возрасте моложе трудоспособного на 16%, численность же пенсионеров на селе возрастет на 16%. [4].

Таким образом, такие важные ресурсы как сельские поселения и трудовые кадры будут сокращаться в ближайшие годы. Если развитие туризма на территории имеет мультипликативный эффект для экономики, то исчезновение сельских поселений также может характеризоваться мультипликативной негативностью как для экономики так и для социума региона в целом.

Вторым негативным моментом является то, что с исчезновением деревень стирается с пространства веками создававшийся уникальный сельский ландшафт среднерусской полосы. Разрушаются заброшенные дома, деревни, зарастают поля, исчезают дороги. Не спасает от исчезновения этот особый вид ландшафта и новое дачное освоение сельской территории, поскольку новостройки на бывших сельских территориях возводятся по принципу «у кого сколько денег и

фантазий», практически без учета сложившейся планировочной структуры села или деревни.

Третий сдерживающий момент – недостаточная государственная поддержка малых предпринимателей, желающих заниматься развитием сельского туризма и недостаточные знания а зачастую и полное их отсутствие в области теории и практики туроперейтинга.

Рекомендации по развитию сельского туризма в регионе

1. Разработать программу по развитию сельского туризма в области.
2. Узаконить правовой статус сельского туризма, включив его как вид деятельности в законодательные областные документы в сфере туризма и сельского хозяйства.
3. Разработать цикл обучающих семинаров для предпринимателей желающих развивать этот вид деятельности
4. Провести паспортизацию и оценку ресурсов, необходимых для развития сельского туризма в районах области.

Библиографический список

1. Сельский туризм: опыт, проблемы, перспективы развития в России. М.: ООО «Столичная типография», 2008. 72 с.
2. Сеть автомобильных дорог Ярославской области . [Электронный ресурс]. URL: <http://yarregion.ru> (дата обращения: 20.06.2015).
3. [Электронный ресурс] URL: <http://naselo.ru>.- информационный портал на село.ру
4. [Электронный ресурс] URL: <http://yarnovosti.com>- информационный портал Ярновости.

CAPACITY AND RESOURCES OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN THE YAROSLAVL REGION

V.V.Morozova

Yaroslavl State Pedagogical University

150000, Yaroslavl, the Kotorosl embankment., 46; e-mail: geovera@mail.ru

This article discusses the capabilities and resources of rural tourism development in the Yaroslavl region. A brief description of the resources as a factor in the formation of rural tourism, describes the reasons hindering its development. The recommendations on optimization of rural tourism in the Yaroslavl region.

Key words: rural tourism, capacity and resources of rural tourism development, Yaroslavl region.

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ СОЗДАНИЯ КРАЕВОЙ БАЗЫ ДАННЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ

С.Э. Мышлявцева

Пермский государственный национальный исследовательский университет, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, e-mail: mushl_sve@mail.ru

В сообщении обосновывается необходимость проведения инвентаризационной работы по сбору и анализу региональных инвестиционных проектов в сфере туризма и рекреации. Представлен ход работы по подготовке укрупненного инвестиционного туристского проекта Пермского края "Пермь Великая".

Ключевые слова: туризм, инвестиционный проект, база данных, инвентаризация

Наличие в Российской Федерации целевой программы по развитию туризма позволяет регионам реализовать свой туристско-рекреационный потенциал. Многие регионы РФ воспользовались этой возможностью и подали свои проекты, успешно включившись в общероссийский процесс создания эффективного и конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса.

Пермский край – регион с высоким туристско-рекреационным потенциалом, более полная реализация которого также зависит от включения мероприятий по развитию туризма в федеральную целевую программу. Одна из целей края – создать масштабный проект развития туризма в регионе, который позволит презентовать его потенциал на Федеральном уровне и войти в Федеральную целевую программу по развитию туризма в РФ (далее – ФЦП). Вхождение в ФЦП по развитию туризма дает возможность привлечения дополнительных финансовых средств для развития региональных инвестиционных проектов.

Создание укрупненного инвестиционного проекта было осуществлено коллективом кафедры туризма Пермского государственного национального исследовательского университета и специалистами ОАО «Корпорация развития Пермского края» в 2014 г.

В основе краевого инвестиционного проекта лежит идея «площадного» развития туризма, позволяющая всем территориям края включиться в укрупненный краевой проект со своими инициативами.

Работа по созданию укрупненного инвестиционного проекта явилась сложной задачей, которая решалась поэтапно. Одним из этапов было проведение инвентаризационной работы для выявления возможностей региона – концептуальных, стратегических и финансовых,

а также готовности инвесторов, муниципальных и краевой администрации принять участие в создании такого инвестиционного проекта. Она заключалась в создании единой унифицированной краевой базы инвестиционных проектов в сфере туризма, которая позволила оценить готовность региона к представлению на федеральном уровне.

Работа по созданию унифицированной краевой базы данных инвестиционных проектов в сфере проводилась так же в несколько этапов.

На первом этапе работы была разработана форма инвестиционного проекта в сфере туризма с учетом требований:

- федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»;

- приказа Федерального агентства по туризму РФ от 22 апреля 2013 года № 120-Пр/13 «Об утверждении Положения о конкурсном отборе инвестиционных проектов для включения в состав мероприятий федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»;

- рекомендаций Федерального агентства по туризму РФ, оформленных в виде Рабочей тетради для слушателей обучающих семинаров для специалистов сферы туризма (рекомендации предоставлены Министерством физической культуры и спорта Пермского края).

Разработанные формы с пояснительным письмом были разосланы по муниципальным образованиям Пермского края специалистам, ответственным за реализацию инвестиционных проектов в сфере туризма.

Информация была разослана в 48 муниципальных образований, а также 23 потенциальным инвесторам, имеющим в собственности объекты туристской инфраструктуры и расширяющим свой бизнес.

Далее проводился опрос на предмет выяснения участия муниципального образования и частных инвесторов в подготовке проектов по туризму для дальнейшего их участия в укрупненном инвестиционном проекте края. Из 48 муниципалитетов 33 отказались принимать участие в подготовке проектов и участия в конкурсе инвестиционных проектов на включение в укрупненный инвестиционный проект Пермского края. Основными причинами явились отсутствие инвесторов на территории муниципального образования, отсутствие специалистов в администрации, курирующих туризм и т.д.

Для проведения консультационных встреч и работы по оценке поступивших инвестиционных проектов Исполнителем был

сформирован экспертный совет, в который вошли специалисты географы, экономисты, специалисты по туризму. Экспертный совет выполнял следующие функции: консультационные, методические, аналитические, организационные.

Были организованы консультационные встречи, на которых каждый проект был рассмотрен экспертным советом и даны конкретные рекомендации по дальнейшей доработке или включению в создаваемую базу данных инвестпроектов. Замечания и предложения, полученные в ходе консультаций, были учтены ответственными специалистами на местах в ходе подготовки инвестиционных проектов.

Экспертным советом были разработаны критерии и базовая методика оценки инвестиционных проектов. Методика оценки инвестиционных проектов разработана в соответствии с требованиями федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» и приказа Федерального агентства по туризму РФ от 22 апреля 2013 года № 120-Пр/13 «Об утверждении Положения о конкурсном отборе инвестиционных проектов для включения в состав мероприятий федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».

Поступившие проекты были оценены экспертным советом. Результатом оценки явилось заключение экспертного совета о возможности (не возможности) включить инвестиционный проект в укрупненный инвестиционный проект по туризму Пермского края.

Таким образом, в результате проведенной работы была создана унифицированная краевая база данных инвестиционных проектов. Наличие этой базы позволило довести до практической реализации концепцию проекта «Пермь Великая», предполагающую развитие туризма на всей территории края, включая краевой центр, ближние и дальние города и муниципальные районы. Такой подход явился новым в России и уже во многом оправдал себя.

В конечном итоге в результате многолетних теоретических разработок и проведения практической инвентаризационной работы был создан укрупненный инвестиционный проект Пермского края «Пермь Великая». Несмотря на то, что проект «Пермь Великая» уже вошел в ФЦП по развитию туризма в РФ, считаем, что начатая инвентаризационная работа должна быть продолжена главным образом с целью изучения инвестиционного потенциала региона и реализации новых программных инициатив.

RATIONALE FOR CREATING AN DATABASE OF INVESTMENT PROJECTS IN THE SPHERE OF TOURISM AND RECREATION

S.E. Myshlyavtseva

Perm State University, Perm, street Bukireva, 15, e-mail: mushl_sve@mail.ru

The report substantiates the need for inventory work on the collection and analysis of regional investment projects in the sphere of tourism and recreation. Presented by the progress made in the preparation of consolidated investment tourist project of Perm Krai "Great Perm".

Key words: tourism, investment project, database, stocktaking

УДК 338.483.12:069(470.5)

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ ГОРНОЗАВОДСКОЙ ЗОНЫ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ, КАК РЕСУРС ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

В.С. Никитина

Южно-Уральский Государственный университет

e-mail: nikitinavel@gmail.com

Научный руководитель Т.Н. Третьякова

e-mail: ttn1@mail.ru

В статье рассматриваются вопросы создания экскурсионных программ по горнозаводской зоне.

Ключевые слова: Экскурсионный туризм, экскурсионная программа, культурно-исторический потенциал, научно-познавательный туризм, промышленный туризм, горнозаводская зона, Челябинская область.

Экскурсионный туризм – одна из наиболее популярных форм современного туризма. Под экскурсионной программой понимают последовательность посещения и изучения объектов показа с предоставлением информации об указанных объектах.

Челябинская область – южная часть Урала. Челябинская область расположена рядом с Курганской и Свердловской областями. Условная граница между Европой и Азией проводится в основном по водораздельным хребтам Уральских гор. Площадь Челябинской области равна 88,5 тысяч квадратных километров. Протяжённость области с севера на юг – 490 км. С запада на восток на 400 км.

Горнозаводской край – значительная часть Челябинской области. Его территория протянулась на рубеже двух частей света – Европы и Азии. Центр горнозаводской зоны – город Сатка. Кроме того, в состав горнозаводской зоны входят города Чебаркуль, Миасс, Златоуст,

Кыштым, Куса, Касли, Трехгорный, Нязепетровск, Бакал, Сатка, Катав-Ивановск, Усть-Катав, Миньяр, Сим, Аша.

Сегодня туристские ресурсы горнозаводской зоны Челябинской области открыты для многочисленных любителей путешествий. Здесь свыше двухсот особо охраняемых территорий, памятников археологии, истории и культуры, градостроительства и архитектуры находятся на государственной охране. Списки объектов, представляющих культурно-историческую, научную и художественную ценность постоянно пополняются. Пять городов горнозаводской зоны Челябинской области включены в список исторических населенных пунктов. (город Златоуст, город Касли, город Кыштым, город Миасс, город Сатка) [5].

В качестве основного вида туризма, имеющего высокую перспективу развития в Челябинской области можно выделить научно-познавательный (историко-культурный) туризм.

Огромный историко-культурный потенциал нашей области предоставляет неограниченные возможности для организации туристско-экскурсионной деятельности.

Освоение горнозаводской зоны Южного Урала связано так же с именами сибирских купцов и промышленников Ивана Твердышева и Матвея Мясникова.

Историко-культурное наследие горнозаводской зоны связано с такими людьми как Мосоловы – семья крупных тульских предпринимателей XVIII в., составлявших одну торгово-промышленную компанию; ученый-металлург Аносов Павел Петрович – основоположник качественной металлургии в России; Иван Бушуев – создатель самобытного стиля декорирования оружия, основатель уникального вида декоративно-прикладного искусства – златоустовской гравюры на стали.

Перспективным для научно-познавательного туризма может быть маршрут в город Касли, который с начала 19 века стал мировым центром художественного литья из чугуна.

Интересными могут быть и кыштымские заводы Демидовых, сыгравшие выдающуюся роль в развитии горнозаводской промышленности на Урале и знаменитая усадьба Демидовых «Белый дом».

Маршруты в Саткинский район, где расположены знаменитые «Пороги» – памятник истории и культуры, внесенный в список ЮНЕСКО, а также Саткинский чугуноплавильный завод, который является старейшим предприятием в металлургической отрасли.

На рынке туристских услуг существует большое количество разнообразных туров в Челябинскую область. Однако объекты посещения, заявленные в этих турах, в основном это раскрытые при-

родные брены. Туров, предлагающих посещение исторических городов горнозаводской зоны очень мало. Поэтому эту нишу занимает, как правило, самостоятельный туризм [7].

Таким образом, актуальность работы обусловлена тем, что исторические города горнозаводской зоны Челябинской области, расположенные в живописных уголках Южного Урала, обладающие своеобразной историей и самобытной культурой, практически не представлены на рынке туристских услуг Урала, а потому для информирования и привлечения потенциальных клиентов, назрела необходимость проектирования экскурсионной программы, включающей наиболее интересные и привлекательные объекты, доступные для посещения [2].

Целью данной статьи является выявление историко-культурного потенциала горнозаводской зоны Челябинской области для развития познавательного туризма.

Нами был определен объект исследования - историко-культурное наследие горнозаводской зоны Челябинской области, и предмет исследования — оценка историко-культурного потенциала горнозаводской зоны Челябинской области.

Теоретической базой исследования послужили: научная литература, справочные и энциклопедические издания, статистические сборники, периодическая печать, картографические материалы, фотографические произведения, а также официальные сайты Федерального агентства по туризму РФ, Центра развития туризма Челябинской области.

Различные методики оценки туристско-рекреационного потенциала территории изложены и апробированы в работах Л. Балшаханова, А.С. Кускова, П. С. Ширинкина, Ю.А.Худеньких, О. В. Котляровой [8].

В соответствии с определенной целью, объектом и предметом научного исследования нами последовательно были рассмотрены и решены следующие задачи:

- изучить предпосылки развития туризма в горнозаводской зоне Челябинской области;
- изучить историю и культуру горнозаводской зоны Челябинской области для целей туризма;
- изучить методики оценки историко-культурного потенциала туристских ресурсов.
- провести оценку историко-культурного потенциала горнозаводской зоны Челябинской области.

Новизна исследования заключается в том, что на основе существующих методик оценки туристского потенциала была проведена

оценка историко-культурного потенциала горнозаводской зоны Челябинской области, позволяющая составить рейтинг туристских районов горнозаводской зоны Челябинской области для развития познавательного туризма.

Практическая значимость исследования состоит в обосновании программы тура в горнозаводскую зону Челябинской области, на основе кластерного зонирования административных территорий горнозаводской зоны, с учетом оценки и значимости историко-культурного потенциала данного района.

Материалы данного исследования могут быть использованы при создании горнозаводского кластера Челябинской области, проектируемого в соответствии со стратегией социально-экономического развития в Челябинской области до 2020 года, а также в деятельности туристских предприятий региона, способствуя развитию регионально-го туризма.

Для того чтобы систематизировать историко-культурный потенциал горнозаводской зоны Челябинской области нами была выбрана методика комплексной оценки историко-культурного потенциала в рекреационной географии О.В. Котляровой [7].

Нами был подсчитан историко-культурный потенциал горнозаводской зоны Челябинской области в следующих туристских районах: город Миасс, Златоустовский городской округ, Саткинский район, Ашинский район.

Таблица 1

Историко-культурный потенциал города Миасс

<i>№ п/п</i>	<i>Компоненты ИКП</i>	<i>Средний показатель</i>
1	Объекты религиозного туризма	1
2	Привлекательные объекты исторического наследия	1
3	Уникальные природные объекты	2
Интегральная оценка ИКП		1,3

Выявленный нами историко-культурный потенциал города Миасс показал, что его данные равны показателю 1,3, что говорит о низкой насыщенности историко-культурными объектами данного региона, особенно музеями. Но город Миасс имеет историко-культурную туристскую привлекательность с точки зрения исторических событий, т.к. экономическому развитию Миасса способствовала разработка месторождений золота: первой половине XIX века вся долина реки Миасс превратилась в огромный золотой промысел; во время одного из своих путешествий сюда, на золотые прииски, приезжал император

Александр I; здесь найден один из крупнейших в мире самородков «Большой треугольник» весом 36,21 килограмма.

Таблица 2

Историко-культурный потенциал Златоустовского городского округа

<i>№ n/n</i>	<i>Компоненты ИКП</i>	<i>Средний показатель</i>
1	Музеи различного статуса	3
2	Объекты религиозного туризма	2
3	Привлекательные объекты исторического наследия	2
4	Уникальные природные объекты	3
Интегральная оценка ИКП		2,5

Выявленный нами историко-культурный потенциал Златоустовского городского округа показал, что его данные равны показателю 2,5, что говорит о высокой насыщенности историко-культурными объектами данного региона и историческими событиями: история города связана с деятельностью таких выдающихся личностей как Мосоловы, Лугинины, Кнауф; ученый-металлург, крупный организатор горнозаводской промышленности, исследователь природы Южного Урала – П.П. Аносов; немецкие мастера-оружейники, в числе которых был и известный мастер по украшению клинков – Вильгельм Шаф; создатель уникального вида декоративно-прикладного искусства – златоустовской гравюры на стали – И.Бушуев. Здесь расположен один из старейших в России краеведческий музей, памятник науки и техники – Арсенал, Оружейная фабрика.

Рекреационный потенциал данного района, возможно увеличить, если будут реконструированы исторические и архитектурные памятники, будут созданы индустриальные парки.

Таблица 3

Историко-культурный потенциал Саткинского района

<i>№ n/n</i>	<i>Компоненты ИКП</i>	<i>Средний показатель</i>
1	Музеи различного статуса	2
2	Объекты религиозного туризма	2
3	Привлекательные объекты исторического наследия	2,5
4	Уникальные природные объекты	3
Интегральная оценка ИКП		2,4

Выявленный нами историко-культурный потенциал Саткинского района показал, что его данные равны показателю 2, что говорит о средней насыщенности историко-культурными объектами данного региона и историческими событиями: основан Саткинский (Троице-Саткинский) чугуноплавильный и железоделательный завод; П.Г. Сальниковым было открыто месторождение магнетита – центр рос-

сийского производства огнеупорных материалов для нужд металлургической промышленности; здесь расположен памятник науки и техники, внесенный в список всемирного наследия ЮНЕСКО – «Урочище Пороги»; в Национальном парке «Зюраткуль» расположены стоянки эпохи мезолита – железного века, гранитная скала «Пугачева копань»; иероглиф лося – единственный рисунок в России на почве, сделанный около пяти – восьми тысяч лет назад с помощью метода, который не был установлен.

Таблица 4

Историко-культурный потенциал Ашинского района

<i>№ п/п</i>	<i>Компоненты ИКП</i>	<i>Средний показатель</i>
1	Музеи различного статуса (включая картинные галереи и др.)	1
2	Объекты религиозного туризма	1,4
3	Привлекательные объекты исторического наследия	1,1
4	Уникальные природные объекты	2
Интегральная оценка ИКП		1,3

Выявленный нами историко-культурный потенциал Ашинского района показал, что его данные равны показателю 1,3, что говорит о низкой насыщенности историко-культурными объектами данного региона, особенно музеями и объектами исторического наследия.

Выявленный нами историко-культурный потенциал в туристских городах горнозаводской зоны показал, что в данном регионе средняя насыщенность историко-культурных объектов. Наиболее привлекательными туристскими центрами являются Саткинский район и Златоустовский городской округ.

Оценка историко-культурного потенциала горнозаводской зоны Челябинской области позволяет нам на основе выявленных более высоких показателей выявить наиболее привлекательные регионы и объекты историко-культурного наследия горнозаводской зоны Челябинской области и разработать несколько альтернативных программ культурно-познавательных туров, а именно: «Горная идиллия», «Экологический оазис» и «От наскальных рисунков до украшения холодного оружия».

Разработанные концепции экскурсионных программ предполагают посещение исторических мест горнозаводской зоны Челябинской области: Серпиевские пещеры (Катав-Ивановский район); Национальный парк «Зюраткуль»; златоустовскую оружейную фабрику «ОружейникЪ» (Златоуст); Национальный парк «Таганай».

Библиографический список

1. ГОСТ Р 54604-2011 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования. Введен 01.07.2012. М.: Стандартинформ, 2012. 12 с.
2. Проблемы и перспективы развития туристско-рекреационных зон в Челябинской области// http://archvuz.ru/2011_22/43
3. *Воскресенский В.Ю.* Международный туризм: учеб. пособие / В.Ю. Воскресенский. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. С. 3.
4. *Дроздов А.В., Басанец Л.П.* Природопользование и устойчивое развитие. Мировые экосистемы и проблемы России / А.В. Дроздов, Л.П. Басанец. М.: Товарищество научных изданий КМК, 2006.
5. Состояние и перспективы развития экскурсионного туризма в Челябинской области// <http://www.scienceforum.ru/2014/595/2178>
6. Краеведческий портал Челябинской области// <http://www.kraeved74.ru>
7. *Котлярова О.В.* Теория и методология рекреационной географии: Учеб. пособие для направления подготовки 100400.68 «Туризм» /О.В.Котлярова. Под ред. Третьяковой Т.Н. Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2012. 76 с.
8. *Кусков А.С.* Туристское ресурсоведение. / А.С. Кусков. – Москва: Академия, 2008. 208 с.

HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE METALLURGICAL AREA CHELYABINSK REGION AS A RESOURCE OF CULTURAL TOURISM

Nikitin V.S - Undergraduate,
e-mail: nikitinavel@gmail.com
Tretyakova T.N.- Ph.D., professor,
South Ural State University
e-mail: ttn1@mail.ru

The article deals with the creation of tour programs for the mining zone.

Keywords: guided hiking, excursions, cultural and historical potential, scientific and educational tourism, industrial tourism, mining and metallurgical area, Chelyabinsk region.

ТЕРРИТОРИЯ И ТУРИЗМ – ВОЗМОЖНОСТИ ВЗАИМНОГО РАЗВИТИЯ

В.С. Новиков

Международная общественная туристская академия, Москва

e-mail: vlsemnov@yandex.ru

В статье рассматриваются факторы, способствующие развитию территорий и туристской деятельности, подходы к реализации процессов развития в условиях глобализации.

Ключевые слова: территория, развитие, глокализация, туризм, место назначения.

Территория является частью поверхности земного шара с определёнными границами, обладающая свойствами социально-экономической системы, формирующей условия жизнедеятельности людей.

Любая территория представляет собой пространство, на котором совокупность географических, исторических, экономических, социальных и демографических особенностей отражает характер связей и содержание взаимодействия между людьми.

Анализ внутренних связей территорий показывает, что в этом пространстве имеются разнообразные виды взаимозависимых систем, связанных общими процессами, в том числе и туристских.

Туризм – это вид путешествия, предполагающего перемещение людей в пространстве с целью посещения какой-либо территории. Возможности для проведения свободного времени и потребления рекреационных и туристских услуг определяют специфику развития конкретной территории.

Территории, своими специфическими характеристиками, самобытностью, а во многих случаях искусственно созданным имиджем, привлекают посетителей, которые едут и какое-то время проводят в выбранном ими месте, исходя из субъективного восприятия ценности природных и рекреационных ресурсов, достопримечательностей, объектов исторического и культурного наследия.

Обобщающим понятием территории для пребывания посетителей является место туристского назначения (дестинация), которое может быть различных размеров: страна, регион, город, поселок или даже отдельный конкретный объект.

Многие эксперты полагают, что дестинации должны обязательно обладать привлекательностью, доступностью, разнообразными ус-

лугами, наличием квалифицированных человеческих ресурсов для качественного обслуживания и уровнем цен, удовлетворяющим посетителей.

Однако практика показывает, что для определенных категорий путешественников места туристского назначения не всегда должны обладать всеми перечисленными признаками.

Туристы во многих случаях выбирают места посещения, руководствуясь интересом к приобретению нового опыта, стремлением к получению неизведанных ранее впечатлений и переживаний - фактор очень индивидуальный, зависящий от параметров ценностей человека, совершающего путешествие. Поэтому некоторые места туристского назначения появляются стихийно, вызванные интересом к необычности мест, красоте нетронутой природы, отсутствием цивилизации.

В основе функционирования таких дестинаций лежит принцип самоорганизации самих посетителей, которые не всегда чувствуют социальную ответственность за свое поведение на территории пребывания, в том числе негативное по отношению к природному наследию.

Для сохранения экологической устойчивости территории, определения экономической и социальной целесообразности развития туристской деятельности, ее влияния на улучшение качества жизни населения и принятия необходимых решений территориальные органы власти должны постоянно анализировать потоки и поведение посетителей.

Знание различных туристских маршрутов, будь они организованы посредниками или самостоятельно туристами, создает важнейшую предпосылку для анализа фактического влияния туризма на конкретные территории, не только с экономической точки зрения, но и отражает отношения между экономическим развитием и сохранением окружающей среды.

Практика показывает, что многие туристы, которые пользуются собственными средствами размещения (автодома, палатки) и проживают в структурах, которые не обязаны официально представлять данные об их пребывании в органы статистики, являются «незамеченными» посетителями или «скрытыми» туристами. Значительную группу посетителей конкретной территории, которые не всегда попадают в официальную статистику, составляют экскурсанты, которые потребляют и используют товары, услуги и другие местные ресурсы

Отсутствие учета «скрытого» потока посетителей приводит к тому, что фактические показатели туризма значительно отличаются от официально публикуемой статистики. Реальные показатели величины туристских потоков можно получить используя технологию проведе-

ния выборочных наблюдений через опросы посетителей территории или используя другие индикаторы, показывающие рост потребления в определенные периоды.

Измерения и анализ туристских потоков являются основой для обоснования и принятия стратегических решений о развитии территорий и мест пребывания туристов.

В эпоху глобализации проявились противоречия между глобальными и местными интересами, что привело к появлению феномена глокализации – попыток объединить глобальные интересы и локальную самобытность. Это процесс, включающий формы самоорганизации и межкультурной коммуникации, придающий значимость местным традициям и особенностям, приводящий к взаимодействию, с учетом локальной специфики, близко расположенных территорий, стимулируя их развитие.

Процессы глокализации привели к появлению локальных предложений туристского продукта как совокупности деятельности и факторов привлекательности определенного пространства. Нередко туристские ресурсы объединяются в межрегиональное пространство, отличительные особенности которого легко позиционируются, создавая имидж туристской зоны, способной предоставить специфическое предложение ценности ресурсов и местной культуры, понятное и привлекательное посетителям из любого места земли.

Туристский продукт может быть организован и вокруг основного специфического предложения, когда отдельные привлекательные объекты, которые являются элементами одной или нескольких дестинаций, целенаправленно объединяются в совокупность, представляющую интерес и ценность для потребителя. Сюда можно отнести получающие все большее распространение гастрономические, экологические и другие специализированные туры (по следам киногероев, связанные с жизнью и деятельностью знаменитых людей), наконец, морские круизы и полеты в космос.

Смещение международной конкуренции от отдельных предприятий к состоятельности территорий, наряду с постоянным балансированием между глобальным и местным значением, ставит проблему необходимости перехода к системе комплексного предложения, базирующегося на интеграции многочисленных специфических туристско-территориальных факторов, способных предоставить посетителям возможность получения разнообразного жизненного опыта путешествий. Это будет способствовать устойчивому развитию территории, подтверждению ее гостеприимства, самобытности и традиций, связанных с человеческими отношениями и ценностями.

В современном мире все больше и больше получают развитие добровольные объединения представителей различных сфер деятельности, не имеющих прямых технологических связей, обусловленных отраслевой специализацией, которые коллективно обеспечивают, наряду с ростом своих возможностей, экономическое и социальное развитие всей конкретной территории. Участие туристских предприятий в таких объединениях дает возможность координировать развитие туризма с деятельностью предприятий и организаций разных отраслей, научно-образовательных учреждений, с проведением местных традиционных событий, что способствует созданию положительного образа территории.

Климат, природные и культурно-исторические ресурсы, наличие сферы коммунальных, медицинских, торговых, спортивных и культурных услуг, обеспечивающих комфортность жизнедеятельности местного населения территории, наряду с наличием туристских структур, являются потенциальным стимулом для развития туристской деятельности.

Туристская деятельность – это система совокупных действий отдельного индивида или коллектива людей, направленная на удовлетворение потребностей в познании нового, изменении качества жизни и в отдыхе.

Наряду с положительным влиянием туризм, из-за своего сезонного характера, может оказывать и негативное воздействие на развитие территорий.

Это воздействие может быть также связано с чрезмерной антропологической нагрузкой на окружающую среду, ухудшающую качество природного наследия, попытками посетителей внедрить свой образ жизни, проявляя неуважение к культурным ценностям данной территории, к местным обычаям и традициям, к сложившемуся характеру жизнедеятельности жителей, создавая своим поведением конфликтные ситуации.

Для устойчивого развития туристской деятельности необходимы действия всех участников туристской деятельности и органов власти по рациональному использованию ресурсов окружающей среды, обеспечению комфортного пребывания посетителей территории, а также проведение разъяснительной работы среди населения.

Туризм относится к тем отраслям, где сегодня наиболее ярко и интенсивно идет переход к новой стадии развития экономики – экономике впечатлений. В настоящее время потребитель воспринимает территорию не как географическую зону, а как совокупность ценностей,

которыми обладает место посещения и которые представляют для него интерес.

Соответственно возрастает значение имиджа места пребывания, который играет существенную роль в предвкушении впечатлений и в воспоминаниях о предыдущем туристском опыте.

Главным носителем этого имиджа является местное население, от общения с которым посетители получают информацию и впечатления, поэтому следует формировать у местных жителей благоприятное отношение к посетителям и к развитию территории, активно привлекать их к участию в туристской деятельности.

В современных условиях одним из основных маркетинговых инструментов, который позволяет конкурентно позиционировать территорию на рынке является уникальный бренд. Бренд определяет территориальную индивидуальность, которая системно выражена в привлекательных идеях, ценностях, образах и символах, исходя из экономических, экологических, исторических и культурных ресурсов и других возможностей территории.

Необходимым условием для развития туристской деятельности способствующей развитию конкретной территории, является правильный выбор способов привлечения посетителей, который должен базироваться на практически обоснованных методах и творческом подходе.

Для завоевания и удержания потребителя используется стратегия брендинга – различные виды деятельности по созданию долгосрочного предпочтения к туристскому продукту, которые позволяют передать его самобытность и ценность, а также развивать значение территории с познавательной точки зрения, формируя ее благоприятный имидж.

Главным в управлении территорией, наряду с формированием и продвижением имиджа и бренда, соблюдением допустимой антропогенной нагрузки, должен быть поиск и обеспечение баланса между желанием максимального увеличения доходов и сохранением имеющихся достопримечательностей и качества жизни для местного населения, а также между краткосрочным эффектом и долгосрочной перспективой.

Задачи развития конкретной территории должны определяться на основе системного подхода с учетом всех взаимозависимых социальных и экономических процессов, происходящих в местных сообществах и влияния на них внешних факторов. Их реализация отражается в стратегическом планировании, содержание которого состоит в обоснованном определении приоритетных направлений и пропорций развития экономики с учетом источников ресурсного обеспечения тех

групп товаров и услуг, которые можно производить на данном территориальном пространстве и служащих улучшению качества жизни населения.

Туристская деятельность, являясь составной частью экономической и социальной структуры конкретной территории, развивается совместно с этой структурой – ее развитие обусловлено возможностями этой структуры. Однако, обладая эффектом мультипликации, она способна ускорять деятельность различных отраслей и совершенствовать сферу услуг.

Включенная в стратегию развития территории, туристская деятельность может являться элементом консолидации местного населения и способствовать созданию дополнительных рабочих мест, а в некоторых случаях может стать заменой других отраслей производственной деятельности, которые в силу различных причин прекращают свое существование или перемещаются на другую территорию.

Создание новых ценностей, обустройство и освоение территории, сохранение природного, исторического и культурного наследия, стимулирует туристскую деятельность, которая, в свою очередь, при правильной организации, способствует улучшению качества жизни населения и развитию территории. Это взаимосвязанный и взаимозависимый процесс.

THE TERRITORY AND THE TOURISM OPPORTUNITIES OF MUTUAL DEVELOPMENT

V.S. Novikov

International Tourism Academy, Moscow, Russia

vlseminov@yandex.ru

The article discusses the factors contributing to the development of territories and tourism activities, approaches to the implementation of development processes in the context of globalization.

Key words: territory, development, globalization, tourism, destination.

ИСТОРИЧЕСКИЕ ГОРОДА СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА КАК ЦЕНТРЫ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

А.П. Обедков

Филиал Санкт-Петербургского государственного экономического университета в г. Сыктывкар

167002, г. Сыктывкар, Сысольское шоссе, 64,

e-mail: obedkovap@gmail.com

Раскрыты сущность и роль исторических поселений в формировании расселения и историко-культурного каркаса территории. Рассмотрен и уточнён состав исторических поселений СЗФО федерального и регионального значения. Предложены возможные направления развития культурно-познавательного туризма на базе исторических поселений СЗФО.

Ключевые слова: исторические города и поселения, историко-культурное наследие, список исторических поселений, культурно-познавательный туризм, внутренний и въездной туризм, туристский маршрут.

Исторические города и поселения – предмет и объект ряда социально-гуманитарных научных дисциплин, исследующих различные аспекты их развития и модернизации в рамках проблематики сохранения и возрождения историко-культурного наследия. Понятие «исторический город» широко используется в профессионально-научном обиходе архитекторами и градостроителями, географами-урбанистами и правоведами, искусствоведами и культурологами, историками и краеведами. Представители различных наук по-своему трактуют его сущность, ограничиваясь лишь своими специфическими аспектами исследования. Отсутствие комплексности и системности при рассмотрении понятия «исторический город» затрудняет создание устоявшегося и общепризнанного в науке определения, отражающего все основные точки зрения по поводу сущности исторического города. На наш взгляд, исторический город – поселение с продолжительным непрерывным или прерванным историко-культурным и городским стажем, в процессе длительной эволюции которого были накоплены и сохранились многочисленные исторически ценные объекты архитектурно-градостроительного, исторического и культурного наследия в их подлинной исторической среде.

Исторические города и поселения – один из существенных элементов опорного, экономического и историко-культурного каркасов территории страны и её регионов, отражающий важнейшие вехи их

исторического развития. Их изучение является важнейшим направлением геоурбанистики и обязательной ступенью познания эволюции сети поселений и систем расселения населения, позволяющей сформировать представление о типичных поселениях региона. С позиции геоурбанистики любые исторические города и поселения следует рассматривать как специфический комплекс объектов материальной недвижимой культуры и природно-антропогенную геосистему, сформировавшуюся в границах территориально ограниченного пространства, которое нуждается в особом режиме охраны, эксплуатации и управления. Комплексное исследование феномена исторических поселений как хранителей исторической памяти и места сосредоточения историко-культурного наследия позволяет рассматривать их в качестве перспективных центров культурно-познавательного туризма [1].

Первый официальный список исторических городов и поселений, насчитывающий 115 населённых пунктов (НП) в статусе городов, посёлков городского типа (ПГТ) и сельских населённых пунктов (СНП), был составлен в соответствии с Постановлением Госкомитета Совета Министров РСФСР по делам строительства и Коллегии Минкультуры РСФСР №36 от 31 июля 1970 г. «Об утверждении списка городов и других населённых мест РСФСР, имеющих архитектурные памятники, градостроительные ансамбли и комплексы, являющиеся памятниками национальной культуры, а также сохранившиеся природные ландшафты и древний культурный слой земли, представляющие археологическую и историческую ценность». В последующие годы перечень исторических поселений корректировался в 1990, 2001 и 2010 гг. По сравнению с перечнями 1990 г. (426 городов, 54 ПГТ, 56 СНП) и 2001 г. (427 городов, 51 ПГТ, 61 СНП) существующий с 2010 г. (39 городов, 2 СНП) список исторических поселений РФ сократился в 13,1 раза, в том числе исторических городов – в 10,9 раза. Во всех вышеназванных списках исторических поселений преобладают НП в статусе города. При этом все существующие ПГТ и СНП, признанные историческими поселениями, в прошлом также имели городской статус. В настоящее время по числу исторических поселений (20) и объектов культурного наследия (35702 памятников, ансамблей и достопримечательных мест) уверенно лидирует Центральный федеральный округ. Между тем Северо-Западный федеральный округ (СЗФО), занимающий по этим показателям второе место (7 исторических поселений и 17752 объекта культурного наследия) является признанным лидером по числу иностранных туристов (свыше 40%), которых обслуживали российские турфирмы. Наибольшей туристской привлекательно-

стью пользуется Санкт-Петербург (2032 культурных объекта), на долю которого приходится каждый третий иностранный турист в России [1].

В соответствии с Приказом Минкультуры РФ и Минрегионразвития РФ от 29 июля 2010 г. №418/339 «Об утверждении перечня исторических поселений» число исторических поселений в СЗФО сократилось с 62 до 7, или в 8,9 раза. Статус исторических поселений был подтверждён только у Санкт-Петербурга и некоторых городов Архангельской (Каргополь, Сольвычегодск), Вологодской (Белозёрск, Великий Устюг, Тотьма) и Ленинградской (Выборг) областей. Самый древний по возрасту среди выделенных городов – Белозёрск (862 г.), самый молодой – Санкт-Петербург (1703 г.). В урбанистической структуре исторических городов СЗФО представлены 1 город-миллионник, 1 средний, 1 полусредний и 4 малых города людностью до 20 тыс. человек. Санкт-Петербург - единственный исторический город СЗФО, отличающийся устойчивым ростом населения. На начало 2014 г. на долю Санкт-Петербурга приходилось 97,3% от численности проживающих в исторических городах СЗФО. Для остальных исторических поселений характерно непрерывные сокращения численности постоянного населения после достижения максимальной людности в 1980-е гг.

Вполне понятное желание федерального правительства переписать официальный список исторических поселений страны в условиях кризиса и хронического недостатка бюджетных средств в сторону его существенного сокращения наносит непоправимый урон культурному наследию страны. Между тем важнейшей задачей государства по пути модернизации исторических городов и создания в них более комфортных условий для жизни населения было бы не сокращение, а расширение официального Списка за счёт уточнения федерального перечня и включения в него исторических поселений регионального значения. По нашим расчётам, расширенный список подобных поселений в границах СЗФО должен включать 118 существующих и бывших городов, которые в разные годы имели официальный статус города. В их числе – 74 существующих города, 8 ПГТ и 18 СНП, 3 упразднённых и исчезнувших города, а также 15 поглощённых городов [2].

Историко-культурное наследие СЗФО, сосредоточенное главным образом в исторических поселениях, представляет особый интерес для туристских организаций, специализированных на внутреннем и въездном туризме. Практически во всех регионах СЗФО имеются привлекательные для туристов памятники, ансамбли и достопримечательные места, которые хорошо известны не только в России, но и за рубежом. Особое место среди них занимают города с объектами, внесёнными в Основной («Исторический центр Санкт-Петербурга и свя-

занные с ним комплексы памятников, дворцово-парковых ансамблей и фортификационных сооружений»; «Исторические памятники центра Великого Новгорода и его окрестностей») и Предварительный («Большой Псков»: исторический центр города и связанные с ним памятники; «Архитектурный ансамбль Псковского кремля») Списки Всемирного наследия ЮНЕСКО. Официальный статус объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО существенно повышает престиж исторических поселений, способствуя их популяризации и вовлечённости в важнейшие мировые туристские маршруты. Уже сам факт их включения в данный Список даёт возможность привлечь дополнительные инвестиции из ряда международных фондов и, в первую очередь, из Фонда Всемирного наследия ЮНЕСКО, как на ведение реставрационных работ объектов культурного наследия, так и на комплексное развитие и модернизацию инфраструктуры в регионе.

С позиций перспективного развития туризма в СЗФО наиболее оптимальным сочетанием богатейшего историко-культурного наследия, высококвалифицированных кадров и транспортной доступности отличается самое известное семейство туристских маршрутов Северо-Запада страны – «Серебряное кольцо России». Они проходят по древнерусским городам, крепостям и православным монастырям Новгородской земли, в которых сохранились уникальные для России памятники истории и культуры. В состав «Серебряного кольца России» входит ряд исторических поселений Новгородской (Великий Новгород, Старая Русса), Псковской (Псков, Великие Луки, Гдов, Изборск, Остров, Печоры, Порхов), Ленинградской (Выборг, Ивангород, Кингисепп, Копорье, Приозёрск, Старая Ладога, Тихвин, Шлиссельбург) и Вологодской (Вологда, Белозёрск, Кириллов, Ферапонтово) областей с наиболее ценным историко-культурным наследием. При поддержке администрации СЗФО разрабатываются перспективная концепция и программа дальнейшего развития туристско-рекреационной зоны «Серебряное кольцо России», реализация которой позволит создать условия для саморазвития исторических поселений за счёт использования возможностей туристического бизнеса. Принимаются меры по восстановлению и обустройству всех исторических поселений семейства туристских маршрутов. Важнейшим направлением развития туристской инфраструктуры в рамках туристских маршрутов «Серебряное кольцо России» должно стать формирование сети исторических гостиниц и гостиничных сетей. Решается вопрос о включении в «Серебряное кольцо России» расположенных неподалёку исторических поселений Карелии (Валаам, Олонец, Сортавала). Между тем за пределами этого достаточно известного туристского маршрута остаются многие

другие исторические поселения, располагающие ценным историко-культурным наследием и большим туристским потенциалом.

Туризм представляет собой наиболее эффективный способ капитализации объектов историко-культурного наследия, обеспечивающий возврат инвестиций в реконструкцию и содержание памятников и ансамблей. В рамках общей инвестиционной политики в исторических городах СЗФО в качестве приоритетных следует обозначить туристские проекты и продукты, которые позволят получить сравнительно быструю отдачу с последующим целевым использованием полученных средств в сфере туризма и смежных с ней отраслях. Среди возможных направлений развития культурно-познавательного туризма и перспективных проектов их реализации на базе исторических поселений целесообразно наметить следующие:

- разработка региональных схем развития туризма в регионах СЗФО, располагающих сравнительно развитой сетью исторических поселений, включая бывшие и исчезнувшие города;

- приоритетное развитие городов Санкт-Петербурга, Великого Новгорода, Пскова и Вологды как признанных центров развития культурно-познавательного туризма в России;

- оценка туристского потенциала и разработка индивидуальных стратегий развития и функционирования исторических поселений СЗФО как центров развития культурно-познавательного туризма регионального значения;

- включение семейства туристских маршрутов «Серебряное кольцо России» в проект Совета Европы «Европейские культурные маршруты»;

- формирование гостиничной сети на базе объектов историко-культурного наследия с целью возрождения и сохранения национальной культурной традиции посредством её адаптации к современным социально-экономическим условиям;

- всемерное развитие ностальгического, мемориального, религиозного, экологического и этнографического туризма как специфических направлений развития культурно-познавательного туризма на базе исторических поселений СЗФО;

- обоснование и реализация новых сетевых туристских маршрутов по историческим путям транспортно-хозяйственного освоения и заселения регионов СЗФО;

- содействие развитию народных ремёсел и художественных промыслов, основанных на использовании местных ресурсов и традиционных занятий, в центрах развития туризма;

– создание системы информационно-рекламной поддержки туристских предприятий и туристских продуктов исторических поселений СЗФО.

Перспективы развития туристского комплекса регионов СЗФО во многом зависят от усиления государственного регулирования туристской сферы на общенациональном уровне, которое должно сочетаться с современной стратегией продвижения региональных туристских продуктов. Формы государственного регулирования могут варьироваться от прямых государственных инвестиций в туристскую инфраструктуру, подготовку кадров для социально-культурного сервиса и туризма, научное и рекламно-информационное обеспечение до налоговых и таможенных льгот, стимулирующих приток инвестиций в местную туристскую индустрию. Разработка и внедрение механизма экономического развития исторических городов как центров развития туризма потребует значительных инвестиций в реставрацию объектов недвижимого культурного наследия, реконструкцию транспортной инфраструктуры и создание туристского сервиса. Реализация этой задачи является дополнительным фактором роста экономического развития многих исторических поселений и прилегающих к ним территорий, способствуя росту числа рабочих мест и расширению возможностей получения дополнительных заработков для местного населения, социально-экономической стабильности, инвестиционной привлекательности и пополнению городского бюджета. Всё это должно придать развитию туризма характер важнейшей бюджетообразующей и экономически выгодной отрасли региональной экономики.

В современных условиях статус исторического поселения не даёт особых привилегий, но накладывает серьёзные ограничения на осуществление хозяйственной деятельности, использование городской недвижимости и городских земель. Между тем предложенные в прошлые годы Списки исторических поселений имеют лишь рекомендательный характер, поскольку до сих пор не удостоены официального статуса, закреплённого соответствующим постановлением Правительства РФ. Отсутствие данного статуса существенно затрудняет саму возможность формирования и проведения в их отношении специфической городской и градостроительной политики.

Библиографический список

1. *Обедков А.П.* Исторические города России как объекты историко-культурного наследия и центры развития культурно-познавательного туризма. Доклад на заседании круглого стола «Пути развития профессионального образования в сфере сервиса и туризма.

Серия препринтов «Научные доклады по проблемам развития экономики и сервиса в регионе». Выпуск 1. Сыктывкар, 2010. 48 с.

2. *Обедков А.П.* Природно-рекреационный потенциал и историко-культурное наследие как факторы развития внутреннего и въездного туризма в регионах Северо-Западного федерального округа. Серия препринтов «Научные доклады по проблемам развития экономики и сервиса в регионе». Выпуск 4. Сыктывкар, 2011. 28 с.

HISTORIC CITY OF NORTHWESTERN FEDERAL DISTRICT AS THE CENTER CULTURAL TOURISM

A.P. Obedkov

Branch of St. Petersburg State University of Economics in Syktyvkar
167002, Syktyvkar, Sysolskoe highway 64, e-mail: obedkovap@gmail.com

The essence and role of historical settlements in the formation of settlement and the historical and cultural framework territory. Considered part of the refined and historic settlements Northwestern Federal District federal and regional significance. The possible directions of development of cultural tourism based on historical settlements SZFO.

Keywords: historical settlements and villages; historical and cultural heritage; list of historical settlements; cultural tourism; domestic and inbound tourism; tourist route.

УДК. 338.46:339.13:640.4+796.5

К ВОПРОСУ О ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ РАЗВИТИЯ СПЕЛЕОТУРИЗМА В ТАТАРСТАНЕ

О.В. Павлова

Институт проблем экологии и недропользования при Академии наук

Республики Татарстан,

420079, Казань, ул. Дурская, 28, e-mail: muza.izh@rambler.ru

Научный руководитель: ст. научный сотрудник, ФГУП

«ЦНИИГеолнеруд» г. Казань, к.г.-м.н. О.Г. Столова

Обосновывается предложение по использованию подземных природных карстопроводлений и рукотворных комплексов на рудниках гипса в качестве туристических объектов в Камско-Устьинском районе Республики Татарстан в сфере нетрадиционного для региона вида спелеосто- и спелеотуриндустрии.

Ключевые слова: объекты карста, памятники природы, пещера, достопримечательности спелеосто- и спелеотуризма, туриндустрия, Республика Татарстан.

В последние годы в Республике Татарстан наметился значительный сдвиг в сторону развития туриндустрии [2, 5]. Создано три новых популярных историко-культурных центра, которые

постепенно вписываются в отечественный и зарубежный рынки турпродукции. Это – остров-град Свияжский, тысячелетняя Елабуга и Булгарский историко-культурный заповедник. Каждый из них имеет свои достопримечательности. Один только Свияжск, насчитывает более двадцати памятников старины федерального значения, а знаменитые древние селения Болгар и Елабуга с Чертовым городищем: это – новые объекты в капилке исторического наследия России. Они всё больше привлекают внимание отечественных туристов с постепенным увеличением притока гостей из дальнего и ближнего зарубежья.

Интересно, что эти и иные достопримечательности Республики Татарстан (РТ) совсем недавно были известны лишь небольшому кругу специалистов в регионе. Однако, благодаря их привлекательности для потребителя и активной позиции в свете проведённых в жизнь постановлений Правительства РТ [5] по их оформлению и реставрации, интерес к индустрии туризма региона, особенно в последнее время, растёт, что, главным образом, связано с определённым влиянием этой сферы на экономику РТ. Известно, что туризм является существенным источником доходов и занятости населения, способствует диверсификации экономики края, создавая дополнительные отрасли в сфере обслуживания посетителей, а это в итоге и определяет значительные выгоды для его социально-экономического развития.

Однако, потенциальные возможности участия разнообразных сфер туризма в регионе неоднозначны. Так, наряду с объектами, имеющими явный преоритет в использовании (с богатейшими культурно-историческим и природным наследием) и оказавшимися в центре внимания, в реалии существуют объекты спелеосто- и спелеотуризма, которые у нас в РТ не ликвидны. Кстати они – весьма популярны в соседних Поволжских регионах (Пермском крае, Башкортостане и др.). Рассмотрим: как обстоят дела со спелеотуризмом в Татарстане?

Эта сфера туризма в РТ на данный момент не стоит в повестке принятой Программы «Развитие сферы туризма в Республике Татарстан на 2013 – 2016 годы» [2], а потому не развивается и, естественно, имеет показатель – слабой конкурентоспособности. В связи с отсутствием методик и опыта работы на этом поприще, без финансирования исследований по оценке привлекательности объектов и их экономического потенциала, предлагаемого здесь в качестве турпродукта, а также – при абсолютно недостаточной оснащённости и организации работ в рекомендуемой инфраструктуре нового вида туризма, получается что

нет почти никаких шансов её развития. Всё это ни коем образом не способствует, а скорее мешает быстрым темпам роста спелеотуриндустрии. И, тем не менее, она, хотя и медленно, но начинает развиваться, как бы не санкционированно, а по личной инициативе активистов, и особенно в связи с прошедшим 1-ым Слётом спелеотуристов России и ближнего зарубежья в РТ (в пгт. Камское Устье) в 2009 году [6, 8]. В преддверии ожидаемых спортивных мероприятий в регионе надо полагать, что интерес у приезжих гостей будет направлен к объектам природного наследия, имеющих потенциал для рекреантов не только, как места отдыха, но и в качестве тренировочных полигонов, а именно: к карстовым ландшафтам, скалам, пещерам и другим достопримечательностям.

Чем привлекательны большие города? Своей многогранностью и возможностью их изучать бесконечно, открывая новые стороны их уникальности. Национальный колорит, история, культура каждого города всегда интересны, собственно, как и Казань, по своей неповторимости и самобытности в сравнении с иными местами. Ныне популярность региона ощутима: ежегодный рост туристского потока в Республику составляет в среднем 1% [2] за последние 8 лет. Кстати, осуществляются программы по проведению спортивных форумов мирового уровня: Универсиада – 2013, успешно прошла в 2014 г. Всероссийская Олимпиада школьников «Юный геолог», близок XVI чемпионат мира по водным видам спорта и др. Именно поэтому, теперь особенно целесообразно расширять круг предложений из новых природных объектов, чтобы не упустить шанс развития регионального спортивного туризма. В связи с этим весьма важным, актуальным и имеющим практическое значение является изучение нетрадиционных и новых направлений сферы туризма, а именно – спелеотуризма с использованием в качестве турпродукта объектов карста (пещер, озер, воронок, провалов, своеобразных ландшафтов и др.) и спелеостотуризма (штолен, шахт и др.), которые вызывают интерес не только у местных жителей РТ, но и гостей из ближнего и дальнего зарубежья.

Помимо привлекательности объектов спелеотуризма, карст, как явление природы, требует особого пристального внимания к себе и особенно на территории РТ, так как 96 % её освоенных участков являются карстоопасными [1]. Республика Татарстан располагается в пределах одной из наиболее интенсивно закарстованных территорий РФ, что подтверждено результатами исследований коллектива авторов МЧС России под руководством С.К.Шойгу. Это – пещеры, карстовые поля, провалы и воронки, иногда преобразованные в озера, и даже ар-

тезианские бассейны. Ряд из них включен в «Государственный реестр особо охраняемых природных территорий РТ» как памятники природы (ПП) региона. Некоторые утратили свой статус ПП из-за антропогенного вмешательства в сферу природных процессов и явлений. Например: Сюкеевские пещеры – затоплены водами Куйбышевского водохранилища. Иные, напротив, стали весьма популярны (Акташский провал, Голубые озера, ряд озер в Зеленодольском и других районах РТ).

С точки зрения развития отечественной спелеотуриndустрии целесообразно грамотно использовать издавна известный в регионе природно-антропогенный комплекс Юрьевской пещеры и её окрестностей, а также – открытые карстовые ландшафты в районе затопленных Сюкеевских пещер и заброшенных отработанных горных выработок гипсового рудника, добыча гипса в котором велась до 1961 года, обеспечивая основной финансовый вклад в оснащение и оборудование прилегающей территории и в том числе – подземных помещений: и природных, и антропогенных. В реальности это позволяло решать ряд ключевых проблем, связанных с сохранением уникального Камско-Устьинского природно-антропогенного спелеокомплекса, состоящего из двух частей в одноименном районе Татарстана. Одна из них имеет статус особо охраняемого геологического объекта и внесена в реестр ООПТ Республики Татарстан [3], а другую ещё предстоит оформить в этом статусе. Это – территория, наземного карстового ландшафта и, возможно, подземных полостей в районе затопленных Сюкеевских пещер. Рядом с этой территорией (в нескольких километрах) расположены, помимо штолен бывшего гипсового рудника, разведанные массивы, где в последнее время начата добыча гипса на новых площадях [7]. *Историческая справка:* в 1935 году артель «Волжский горняк» заложила 4 штольни в верхнем пласте гипса и начала разрабатывать Сюкеевское месторождение, эксплуатируя его вплоть до 1961 года, когда с пуском Куйбышевского гидроузла возникла угроза их подтопления. Однако существует предположение, что гипс использовался и ранее для строительных целей в Булгарском ханстве, только не из штолен, а из – Сюкеевских пещер, так как некоторые их залы были слишком уж правильной формы, чтобы считаться природными полостями [4].

Следует иметь в виду и учесть, что в настоящее время спелеокомплекс Юрьевской пещеры и нескольких близко расположенных к нему отработанных гипсовых штолен (Зиновьевская, Коннодольская, Богородская и др.) не только никем не охраняется, а даже не оснащен оповещающими знаками об их статусе, как памятников природы, хотя очевидно их значение. Говоря современным языком, «рейтинг этих спелеообъектов высок», да ещё в дополнение к ним карстовый ланд-

шафт, укрытый лесом, и скалы – тренировочный полигон для скалолазов, делают его привлекательным вдвойне, и, вероятно, поэтому «народная тропа» туда не зарастает (не санкционированно и не регламентированно!).

Выдвигая на обзор предложение по использованию карстопоявлений и рукотворных комплексов в качестве туристических объектов, создаётся прецедент с вовлечением институтов власти к решению проблемы за счет выгодного использования нетрадиционного турпродукта в экономике РТ, с дальнейшей перспективой его развития (при условии детального изучения) и осуществления прогноза возможных чрезвычайных ситуаций, связанных с карстом; что обычно небезынтересно для строителей и управленцев разного уровня, занимающихся обеспечением безопасности жизни населения. Данная инициатива предполагает использование экономически рентабельного, эстетически привлекательного, высоко информационного и научно-значимого природного ресурса, который на объектах глубинного и поверхностного карста может быть выделен в самостоятельный вид или тип – спелеоресурс, который при постоянном более углублённом изучении, позволит извлечь определённые выгоды и в сфере научного прогнозирования его, как явления природы, и в сфере развития туриндустрии, как базового нового вида турпродукта на отечественном рынке туризма. По сути в дальнейшем, это предполагает его комплексное всестороннее изучение, выработку оценочных критериев для прогноза масштабов его проявления с учётом последствий и способов обязательного собережения, как объекта природного наследия.

В рамках выполненной работы автором была проведена качественная бальная оценка возможности использования подземного карста на примере Юрьевской пещеры как регионального туристического объекта в сравнении с отечественными и зарубежными аналогами (Кунгурской, Новоафоновской, Нежной, Тростниковой и Мамонтовой пещер) по 16 критериям. По предварительным оценкам с учётом наличия и отсутствия её преимуществ (18 баллов из 45) было выявлено, что целесообразно использовать имеющийся в регионе природно-антропогенный комплекс Юрьевской пещеры и её окрестностей в рамках подпрограммы «Развитие сферы туризма в Республике Татарстан на 2013-2016 годы» [2], обеспечив обоснованный вклад в оснащение и специальную подготовку его подземных помещений и территорий для туристов. Что, в свою очередь, позволит в перспективе решить ряд ключевых проблем, связанных с сохранением всего уникального спелеокомплекса, являющегося геологическим ПП, внесенным в «Реестр ООПТ Республики Татарстан» [3].

При этом основной упор должен быть сделан на необходимость основательного изучения карста с целью возможности предотвращения спровоцированных провалов, не только в пределах данной территории Камско-Устьинского района РТ, но и на других закарстованных площадях регионов Поволжья. В основу решения проблемы необходимо поставить также и экологическое воспитание населения, и конечно же – сметно-финансовые расчёты при оценке расходов и окупаемости затрат на развитие спелеотуриндустрии в Республике с её обозначенными и, вероятно, будущими проблемами [6].

Как отмечалось ранее, Юрьевская пещера – одна из карстовых полостей спелеосистемы Камско-Устьинского района Татарстана. Как геологический памятник природы этого типа она, на данный момент, является наиболее посещаемой пещерой Республики краоведами. В связи с чем, к сожалению, выявлены следы негативного воздействия от неорганизованных экскурсий в её помещения и на прилегающих объектах природы, статус которых никаким образом не обеспечивает контроля за их состоянием и их сбережением. Юрьевская пещера обладает определённым потенциалом в качестве привлекательного и конкурентоспособного туристического объекта. Помимо самих объектов здесь открывается замечательный вид на водную гладь с отвесного берега Куйбышевского водохранилища. Убранство пещеры, хотя и имеет ряд посягательств вандалов, но все же ещё сохранено: колодцы, органые трубы, узкие проходы, большие залы с кальцитовыми мини сталагмитами и натёчными образованиями, корками и налётами брошантита и других минералов. В одном из её залов есть своеобразный «иконостас» из гипсовых останцов. Ещё – преимущество: из пещеры экскурсанты могут по горной тропе перейти в бывшие рудники, осуществляя знакомство с помещениями по добыче гипса, которая велась там более ста лет назад.

В 200-х метрах от гипсовых штолен располагается излюбленное место скалолазов для проведения тренировок и соревнований. Здесь же есть площадка для зрителей, которые с удовольствием наблюдают эти мероприятия. Кроме того, местонахождение пещеры весьма доступно для отдыхающих по отношению к туристическому центру в Казани (сюда можно легко добраться на автотранспорте по шоссе, а также на водном скоростном транспорте типа «Метеор» по маршруту Казань – Камское Устье, продолжив путь в 5 км – на авторанспорте или пешком). Географическое расположение, геологическое, краеведческое и экологическое значение позволяет рассмотреть этот объект под углом зрения в качестве туристического продукта, считая его не лишённым коммерческой привлекательности. При этом не стоит забы-

вать о целесообразности сохранения такого уникального геологического памятника. В связи с чем следует профессионально решить проблемы его рационального использования [6] да так, чтобы сделать объект рентабельным в сфере развития отрасли спелеотуризма, безопасным для посетителей и надёжным в деле сохранения облика и целостности пещеры.

Таким образом, при реализации рассмотренного предложения прогнозируется величина прибыли на долгосрочную перспективу. Она будет корректироваться с каждым годом и расти пропорционально не только при увеличении численности посетителей, а и с учётом потребительского спроса. При этом потребуются ещё и дополнительные оценки регламента туристических потоков, дабы не перегрузить данную территорию количеством рекреантов. В результате подготовки Камско-Устьинской спелеосистемы, в качестве туробъекта, можно ожидать, что повысится и уровень привлекательности РТ с развитием нетрадиционного для неё вида туризма, возрастёт степень изученности в области карстоведения и будут оценены потоки посещаемости краеведами всех спелеосто- и спелеодостопримечательностей региона. Однако, пожалуй, не менее важно и то, что при определённой целенаправленной работе специалистов-экологов в этой области можно ожидать роста общего уровня культуры населения, в том числе – экологической, при реализации разработанных рекомендаций [6].

Библиографический список

1. Атлас природных техногенных опасностей и рисков чрезвычайных ситуаций. Российская Федерация. /Под общей ред. С.К.Шойгу. – М.: Феория, 2011. – 720 с.: карт., ил.
2. Долгосрочная целевая программа «Развитие сферы туризма в Республике Татарстан на 2013–2016 годы». URL:<http://mdms.tatarstan.ru/dolgosrochnaya-tselevaya-programma-razvitiie-sferi.htm> (дата обращения: 13.07.2015).
3. Государственный реестр особо охраняемых природных территорий Республики Татарстан. – Казань: Изд-во «Идел-Пресс», 2007. 407 с.
4. Миропольский Л.М. Наиболее рациональные возможности использования гипса в качестве сырья для строительных и других материалов в Татарской АССР.// Уч. зап. Казан. гос ун-та, 1944. Т. 104. – 234 с.
5. Постановление Совета Министров Татарской АССР от 23.10.1981 г. № 601 (ред. от 29.04.2013 г.) О ходе выполнения в Татарской АССР закона РСФСР «Об охране и использовании памятников истории и культуры» // Документы, регламентирующие деятельность Министерства. URL:<http://mic.tatarstan.ru/postanovlenie-sm-tassr-opamyatnikah-istorii-i.htm> (дата обращения: 13.07.2015).

6. Столова О.Г., Павлова О.В. Развитие спелеотуризма в Татарстане: перспективы и реалии /Материалы V международной научной (заочной) конференции «Спелеология и спелеостология». – Набережные Челны, 2014. – С. 337-341.

7. Стрoение и условия разработки Сюеевского месторождения гипса /Авт.: Сунгатуллин Р.Х., Кадыров Р.И., Тюрин А.Н., Игнатьев С.В.// Уч. зап. Казан. гос ун-та, 2011, Естеств. науки, том. 153, кн. 3. – С. 47 – 61.

8. URL: <http://pro-speleo.ru/forum/3-106-1#1217> (дата обращения: 13.07.2015).

TOWARD THE QUESTION ABOUT THE CLEVER TO TAIKE OF AIM OF DEVELOPMAN OF THE SPELEOTURIZM IN THE TATARSTAN

O.V.Pavlova

Institute Problem of Ecology and Bosom use by Academy of Sciences of Republic of Tatarstan, 420087, Kazan, Dauraskaj strit, 28, e-mail: muza.izh @rambler.ru
Science chef – s.n.s., k.g.-m.n. O.G.Stolova, FGUP «CNIIGeolnerud», Kazan.

Argumentation of the propose for to use of the dungeon nature caves and mine complex of gypsum in the quality of the object for the speleoturizm in the Kamsko-Ustinsky region of the Tatarstan Republic, non tradition for her in the sphere view for speleosto- and speleoturizm of the industrial.

Key words: objects of the karst, the monument of natural, cave, uncial objects of the speleosto- and speleoturizm, industrial of turizm, Republic of the Tatarstan.

УДК 911.338

СНЕГ КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЕСУРС В СТРАНАХ СЕВЕРО- ВОСТОКА АЗИИ

П.Н. Пасюков

Сахалинский государственный университет

693008, г. Южно- Сахалинск, ул. Ленина, 290, petr.pasyukov@mail.ru

Азиатско-Тихоокеанский регион в его северо-восточной части представлен в основном маргинальными (периферийными) территориями таких стран как Россия, США, Канада, Япония, Корея, Китай, Монголия. К числу этих условно сопредельных территорий относятся Дальний Восток и Крайний Северо - Восток России, Аляска, районы западного побережья Канады, США, о. Хоккайдо, северные провинции Китая и другие территории. В условиях развития регионального туризма возрастает роль природных туристических ресурсов, и их использования при организации туристической деятельности. Одним из направлений этой работы, как показывает опыт зарубежных стран, является организация снежных фестивалей, которые неизменно привлекают сотни тысяч туристов.

Ключевые слова: Северо-восток Азии, региональный туризм, снежные фестивали.

Япония – это страна, которая традиционно ассоциируется с цветением сакуры и любованием ею. Однако не менее великим является пристрастие японцев – их любовь к снегу. Японский архипелаг охватывает евразийский континент со стороны Тихого океана широкой дугой с северо-востока на юг запад. Климатические зоны здесь очень разнятся. Если на субтропической Окинаве царит вечное лето, то остров Хоккайдо, не только дал приют одной из зимних Олимпиад, но и прославился своими снежными фестивалями.

Ежегодный «фестиваль снега», проводимый в начале февраля, когда центральная улица города Саппоро – аллея Одори, разделяющая столицу самой северной префектуры Японии пополам, украшается гигантскими – снежными и ледяными скульптурами вызывает множество эмоций у многочисленных туристов

Необычный праздник, привлекающий внимание многих японцев и иностранных туристов, родился в 1950 году. Тогда старшеклассники местных школ вылепили на Одори шесть грандиозных фигур из снега. Вылепили, как говорится для смеха, чтобы потом сравнить, у какой школы изваяние получилось выше, интереснее, забавнее. Неожиданная выставка снежных фигур стала местной сенсацией. Несколько репортажей о ней опубликовали центральные газеты, дало телевидение. В Саппоро потянулись любопытствующие из других городов, чтобы увидеть новую достопримечательность. А приезжие – это дополнительная прибыль хозяевам гостиниц, ресторанов, продавцам сувениров.

Просчитав потенциальные плюсы, мэрия города решила превратить выставку снежных фигур в ежегодное событие, снежный фестиваль, проводимый в середине февраля, когда поток туристов с юга Японии, побаивающихся местных холодов, практически замирает. С тех пор снежные фестивали или иначе фестивали снежных фигур в Саппоро стали кульминацией зимних гуляний в самой северной префектуре Японии. Ныне масштабы снежных фестивалей трудно сравнить с тем, что было полвека назад. Многочисленные участники празднеств воздвигают теперь на Одори на трех больших площадках более 300 фигур, каждая высотой 8-12 метров.

Для этого требуется огромное количество снега и ледяных глыб. Поставщиками исходного материала стали японские военные, служащие Сил самообороны. На военных грузовиках они доставляют в Саппоро накануне фестиваля тысячи тонн экологически чистого снега и льда, а потом формируют первые грубые контуры фигур, оставляя окончательную отделку самодеятельным скульпторам.

В 1972 году снежный фестиваль в Саппоро, основателями которого стали дети, был проведен в дни, когда этот японский город стал столицей XI зимних Олимпийских игр. Это позволило фестивалю получить международное признание. В 1974 году Японию потряс «нефтяной шок», но Снежный фестиваль был проведен, как обычно. Из-за нехватки бензина грузовики не могли доставить на место проведения фестиваля достаточно снега, и снегом облеплялись пустые бочки, на основе которых потом сооружались снежные фигуры. В этот же год был проведен первый международный конкурс снежных фигур. В необычных соревнованиях принимают участие скульпторы как из снежных стран (Гавайи, ЮАР), так и те, которые никогда в своей жизни не видели настоящего снега.

К слову в 2004 году во время снежного фестиваля в Саппоро было вылеплено 12379 снежных баб. С помощью туристов хоккайдцы собирались попасть в Книгу рекордов Гиннеса как обладатели самого большого «бабского» городка. Всего же гостями фестиваля ежегодно становятся до 2 млн. человек.

В январе 2007 года мне довелось впервые увидеть подготовительные работы к открытию знаменитого и не только в Японии снежного фестиваля.

Мы посетили площадку, где готовили фигуры для фестиваля. Силы самообороны Японии, облепили снежный холм (отдельные площадки предоставляются крупным компаниям, издательским агентствам – прим. автора). На нем уже прорисовывались фигуры мультфильмов Уолта Диснея. Размеры поразили. Снег хранился под тентами, и расходовался бережно, экономно. Военнослужащие замешивали его водой в ваннах, затем ведрами затачивали наверх.

Сверху с высоты 6-8 метров скатились коротким потоком осколки льда – строительные отходы. Белые флаги с зелеными крестами – знак повышенной опасности наверху снежного холма – предупреждение о необходимости соблюдения осторожности. Служащий компании рассказал о подготовке снежного города и о том, что здесь будет самая главная площадка, на которой пройдет церемония награждения победителей конкурса.

Нам дарят копии рисунков этого грандиозного снежного проекта. Двое военнослужащих держат куб - аквариум, в нем модель одного из сооружаемых комплексов, в середине кит, слева осьминог, краб и другие моллюски... Я сочувствую им в том, как тяжело держать этот весомый предмет. Они интересуются, откуда мы, и услышав ответ, понимающе кивают головами. Прежде чем покинуть территорию комплекса, леплю маленького снеговика (не больше ладони) рядом со

снежным холмом - мой вклад в состоявшийся через пару недель снежный фестиваль.

Это не единственный пример наслаждения от искрящегося снега и льда. Город Асахикава – второй по величине после Саппоро город острова Хоккайдо - старается ни в чем не отставать от своего «старшего брата» и тоже проводит крупномасштабный снежный фестиваль, совмещенный с международным конкурсом ледовых скульптур. Фестиваль в Асахикава прошел практически одновременно со Снежным фестивалем в Саппоро – с 6 по 11 февраля 2015 года.

В Асахикава много любителей спорта. В окрестностях города расположены горные вершины, удобное место для горнолыжного спорта зимой, проводятся международные соревнования по равнинным лыжам. Ярким впечатлением от пребывания в г. Асахикава в одной из моих поездок стало посещение Музея снега (Музея снежинок). Здание Музея совсем небольшое. Своей архитектурой оно напоминает, скорее, европейские замки, чем традиционные японские дома. В экспозиции музея, расположенного в парковой зоне, представлено очень много качественных макрофотографий ослепительно ярких снежинок. При этом экспозиция музея просто поражает воображение. Все эти снимки очень удобно рассматривать, проходя по ледяной галерее с замечательной росписью на потолке, и винтовой лестнице, украшенной кружевом из металлических снежинок. К слову, сам музей расположен в природных снежных пещерах, специально подготовленных для приема посетителей, поэтому здесь всегда прохладно.

Основателем Музея снежинок стал Накая Укитиро. Это японский ученый-физик, известный своими исследованиями в области гляциологии и физики низких температур.

Как доказал Накая Укитиро, все снежинки имеют форму, зависящую от температуры окружающей их среды. Интересно то, что ни одна снежинка по своему рисунку не повторяет другую. Можете себе представить - в одном кубическом метре снега содержится 350 миллионов снежинок, и среди них нет двух одинаковых!

На специально установленном мониторе, дети и взрослые могут узнать, как формируется снежинка кристалл за кристаллом, сделать это сами под микроскопом с каплей воды.

Посетителя поражают огромные сталактиты, которые только и возможно можно увидеть в глубоких пещерах. Здесь есть зал, в котором часто проводят концерты или лекции. На экранах мониторов, попеременно меняясь, проплывают картины падающего снега от острого стелющегося до мягкого медленного, характерного для того или иного района Хоккайдо. Удобно расположившись в кресле, посетитель мо-

жет увидеть снег своего города или поселка. Снег удивительно смахивает на сахалинский. Тихая мелодия дополняет эмоциональное воздействие экспозиции.

Рядом в кинозале непрерывно демонстрируется фильм о зиме, играх на снегу, отдыхе японцев в зимнее время.

Здесь можно полистать многочисленные книги, посвященные зимним играм и забавам. Книги прекрасно иллюстрированы. В них много сказок, древних легенд и современных историй. В книгах говорится о пользе детских игр на воздухе во время холодных зимних дней. На стенах зала картины мастеров и детские рисунки о снеге. На одной из них множество играющих детей и тех, кто наблюдает за играми в качестве зрителей. Привлекает внимание картина с изображением белоснежной вершины священной горы японцев – Фудзияма (Фудзи) на фоне синего неба, излюбленный объект японского искусства. В концертном зале из белого отделочного материала, на сцене установлен огромный белый рояль – будто глыба. Здесь за умеренную плату молодые японцы могут сыграть свадьбу, отметить праздник с родственниками и друзьями в расположенном тут же ресторане с белыми столами, стульями, скатертями и салфетками. Магазин сувениров предлагает посетителям музея различные предметы, связанные с зимним временем года – рукавицы, шарфы, сумки, кошельки, многочисленные сувениры ...

Япония – страна, в которой не перестаешь удивляться, даже если ты подготовлен в вопросах различия культур и менталитетов. Так, например, в северных районах Хоккайдо с приходом весны начинается сезон любования дрейфующими льдами, которые в марте – апреле приносят течением из Охотского моря. В экскурсиях ежегодно принимает участие до пятидесяти тысяч человек.

Одним из четырех крупнейших в мире фестивалей льда и снега, наряду с японским фестивалем снега в Саппоро, канадским зимним карнавалом в Квебеке и норвежским лыжным фестивалем является Харбинский международный фестиваль льда и снега (Harbin Ice and Snow Festival) – крупнейшее мероприятие подобного рода в мире, ставшее одной из достопримечательностей Китая. Харбин, (административный центр провинции Хэйлунцзян) является одним из центров ледяной и снежной культуры в мире. Географически Харбин расположен в Северо-восточном Китае, где идет прямое влияние холодного зимнего сибирского ветра. Средняя температура летом составляет +21,2 °C, и –16,8 °C зимой. Иногда зимой, ночью температура опускается до –38,1 °C., что обеспечивает сохранность ледяных скульптур до конца февраля. Международной фестиваль льда и снега проводится

с 1963 года. Во время Культурной революции фестиваль прерывался, пока не был вновь возобновлён в 1985 году.

5 января по 25 февраля 2015 года в Китае состоялся 31-й Фестиваль льда и снега. Выставка снежных скульптур Harbin Ice and Snow World 2015 прошла на Солнечном острове (Sun Island Scenic Area), также здесь была открыта 240-метровая горка, ледяные бары и отели. Выставка работала с 09:00 до 21:00, вход платный. В парке Чжаолин (Zhaolin Park) открыт "Сад ледяных фонариков" - Ice Lantern Garden со светодиодной и лазерной подсветкой, встроенной в скульптуры, которые создают магическое шоу для туристов, а на берегу реки Сонхуа проходят соревнования по зимней рыбалке. На северном берегу реки Сонхуа в Парке амурских тигров (Siberian Tiger Park) устраивают зимнее сафари.

Зимний отдых на фестивале включает горные лыжи, купание в зимней проруби реки Сунгари. Официально фестиваль длится один месяц. Однако экспонаты часто открываются раньше и, если позволяет погода, остаются дольше. Ледовые скульптуры обрабатываются как при помощи современных (например, лазеры), так и с помощью более традиционных инструментов (например, ледовые фонари).

Для семи тысяч мастеров было приготовлено более 113 тысяч кубических метров льда, а размер площадки для строительства и экспозиции скульптур составил 600 тысяч кв. м. Для того, чтобы разрезать лёд, который берётся из реки Сунгари, на блоки используются специальные приспособления. Зубилами, ледорубами и различными инструментами используются в работе ледяных скульпторов, многие из которых делают несколько скульптур и работают весь день и ночь до начала фестиваля. Деминерализованная вода также может быть использована при создании прозрачных, как стекло, ледяных глыб, для прозрачных скульптур. Разноцветные огни также используются для подсветки льда, создавая световые вариации на фоне скульптуры, особенно красивые ночью. Ледяные скульптуры, сделанные в предыдущие годы, изображают: здания и памятники различных архитектурных направлений и стилей, скульптуры животных, людей и мифических существ. На фестиваль в Харбин стекаются туристы со всего мира.

Кстати, в 2014 году юбилейный 30-й фестиваль в Харбине посетило около миллиона туристов со всего мира, которые приезжают посмотреть на огромные скульптуры из снега и льда. На харбинском фестивале традиционно проходит церемония бракосочетания с участием китайских и российских пар.

В январе 2012 года на прошедшем в рамках 28-ого Международного фестиваля ледяных и снежных скульптур первое место заняла

российская команда из Хабаровска с ледовой композицией «Ромео и Джульетта» в Год российского туризма в Китае, а ещё через год здесь же в Харбине победителями были признаны мастера второй команды Хабаровска. В этот раз конкурс проводился в тематическом парке "Большой мир льда и снега". За первое место боролись 27 команд в составе 55 мастеров из 10 стран - Франции, Италии, Швейцарии, Нидерландов, Испании, Латвии, Малайзии, Монголии, России и Китая. Члены жюри в конечном счете присудили первый приз второй команде Хабаровска, которая выполнила композицию "Рассвет".

Жителям столицы Китая теперь не нужно ехать за снежной сказкой в Харбин. В первые дни января этого года фестиваль ледяных скульптур открылся и в Пекине. Площадкой для экспозиции стал Стадион рабочих. Под специальным куполом там разместили чуть больше сотни фигур. В течение месяца их вырезали 50 мастеров из провинции Хейлунцзян. А вот лед специально привезли с одной из рек Внутренней Монголии.

По словам мастеров, природный, а не искусственный материал прозрачнее и более податливый. Чтобы он не растаял, минусовую температуру внутри надувного выставочного центра поддерживают 30 холодильных установок. Но самое главное отличие пекинского ледяного городка от тех, что перед новым годом появляются по всему миру - это выбор главной темы. Помимо сказочных персонажей и шедевров мировой архитектуры скульпторы сделали много фигур и с олимпийской символикой. Так организаторы решили поддержать заявку столицы Китая на проведение зимней олимпиады в 2022 году.

Как отметил Юань Хао, Директор "Стадиона рабочих" в Пекине: "Самая главная наша цель – это, конечно же, показать красоту льда. Показать сказку, которая может получиться из этого холодного, но одновременно красивого материала. А заодно и попытаться влюбить жителей Пекина в зимние виды спорта, которые пока здесь менее развиты, чем на севере. Я думаю, нам всем нужно сплотиться, чтобы поддержать заявку столицы Китая на проведение зимней олимпиады"¹.

Снежно-ледовые скульптуры в канун нового года возводятся с участием китайских мастеров также в Хабаровске, Благовещенске,

¹ <http://www.cntv.ru/2014/12/31/VIDE1419955560070916.shtml>

Южно-Сахалинске, привлекая неизменное внимание горожан и гостей региона.

SNOW AS TOURIST RESOURCES IN THE COUNTRIES OF NORTHEAST ASIA

Pasyukov PN

Sakhalin State University, 693008, Yuzhno-Sakhalinsk, ul. Lenin, 290, petr.pasyukov@mail.ru

The Asia-Pacific region in the north-eastern part consists mainly of marginal (peripheral) areas in countries such as Russia, USA, Canada, Japan, Korea, China, Mongolia. Among these adjacent territories are conditional Far East and Far North - East of Russia, Alaska, off the west coast of Canada, the United States, about Hokkaido, the northern provinces of China and other areas. With the development of regional tourism, the role of natural tourism resources and their use in the organization of tourism activities. One of the directions of this work, as the experience of foreign countries, is the organization of the snow festival, which always attracts thousands of tourists.

Key words: Northeast Asia, regional tourism, snow festivals.

УДК 379.85 (571.56 -37)

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ЧУРАПЧИНСКОГО УЛУСА (РАЙОНА) РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

Л.С. Пахомова

Северо-Восточный федеральный университет,
677000, г. Якутск, ул. Хабарова 3, кв.13, e-mail: ls0803@mail.ru

В статье рассматриваются туристско-рекреационные ресурсы Чурапчинского улуса (района) Республики Саха (Якутия) и их возможности для развития внутреннего туризма в Центральной Якутии, особенно в Заречьи. Чурапчинский улус обладает небольшим потенциалом туристско-рекреационных ресурсов, но своеобразные памятники природы, археологические и исторические памятные места и достопримечательности, представляют возможность для развития туризма в улусе.

Ключевые слова: Центральная Якутия, Чурапчинский улус (район) Республики Саха (Якутия), наслег, туристско-рекреационные ресурсы, внутренний туризм.

Чурапчинский улус (район) расположен на правом берегу реки Лены в пределах в 177 км к востоку от города Якутска – столицы республики и является частью Центральной Якутии.

На Лено-Амгинском междуречье, Чурапчинский улус (район) занимает центральное место: граничит на западе с Мегино-Кангаласским, на северо-западе – Усть-Алданским, на юго-западе – Амгинским, на юге – Усть-Майским и на востоке – Таттинским улусами. Эти улусы на правобережье Лены известны как заречные улусы или Заречье.

Чурапчинский улус с территорией 12,6 тыс. км по размеру маленький, предпоследний из 34 улусов Республики Саха (Якутии). В улусе проживает 1,97% населения республики или 20,4 тыс. человек (2009 г.). Административно-территориальный состав улуса представлен 17 наслегами и 30 сельскими населенными пунктами. Через территорию улуса проходит автомобильная трасса «Колыма» Р-504 федерального значения протяженностью 77,5 км из 1197 по Якутии [3]. Прохождение трассы «Колыма» через улус имеет важное значение в развитии экономики, в том числе внутреннего туризма.

Рельеф равнинный. Северная часть расположена на древней аллювиальной Центральной якутской равнине с высотами 200 – 250 м над уровнем моря. Южная часть улуса расположена на Приленском плато с высотами 300 – 400 м. Здесь характерны эрозионно-аккумулятивные формы рельефа долин рек Амги, Татты и мелких речек – от юряхов. На западе улуса находится исток р. Татта – правого притока р. Алдан.

На водоразделах распространен озёрно-аласный рельеф, связанный с наличием многолетнемерзлых пород в Якутии. Много аласов – термокарстовых котловин, протяженность некоторых достигает нескольких километров. Для аласов характерна глубокая врезанность, глубина обычно составляет 3 – 7 м, иногда до 20 м. Аласы имеют овально-округлые формы, крутые борта, имеют одно или несколько озер, а также булгунняхы. Положение на водораздельных пространствах четырех рек - Лена, Татта, Амга и Баяга сформировало засушливость климата в большей части улуса, где выпадает около 220 мм осадков (соответствует норме полупустынь) и представляет одну из проблем улуса. Наиболее благоприятной в климатическом отношении является юго-восточная часть Чурапчинского улуса, где протекает река Амга в её нижнем течении – в Бологурском и Соловьевском наслегах.

Территория Чурапчинского улуса по туристической освоенности в зависимости от физико-географических условий разделена на следующие зоны: А. Зоны развитого туризма: 1) познавательная (экскурсионная); 2) спортивно-оздоровительная; 3) санаторно-лечебная. Б. Зоны, не имеющие туристской активности [3].

Зоны развитого туризма находятся в речных ландшафтах рек Амга, Татта, на севере в аласно-эрозионных ландшафтах и обладают довольно большим разнообразием туристско-рекреационных ресурсов.

Наиболее высокой аттрактивностью обладают памятники природы – охраняемые ландшафты местного значения, расположенные на берегах р. Амга: сама красавица Амга, гора «Тэйэр Хайа» на правом берегу реки, который славится своей красотой и величием, наравне с

«Харама Хаята» в Амгинском улусе и «Лэкэ Хая» в Таттинском улусе – священные горы, которые почитаются якутами.

Природная особенность Якутии – многолетняя мерзлота сформировала своеобразные памятники природы термокарстового происхождения – булгунняхы (бугры пучения), которые оживляют равнинные ландшафты аласов Центральной Якутии, Заречья. В Чурапчинском улусе известны три булгунняхы, которые отличаются своими размерами: «Ытык Булгуннях» в Бахсытском, «Бэрэ» Сыланском и Чуорайытта Болтогинском наслегах.

Из них известностью пользуется булгуннях аласа «Чуорайытта», где родился Семен Андреевич Новгородов (1892-1924) известный якутский учёный-лингвист, создатель якутского алфавита, автор первого букваря на якутском языке «Сурук-бичик» и книги для чтения «Ааһар кинигэ». Жизнь С. А. Новгородова тесно связана со Санкт-Петербургом. Дочь Елена Семеновна Новгородова (1924-2012) – поэт, переводчик, доцент кафедры немецкого языка РГПУ им. А.И. Герцена, постоянно держала связь с Якутией, родиной отца.

Палеонтологическая находка – полный скелет шерстистого носорога, найденная в с. Чурапча в 1972 г., дополняет актив уникальных памятников природы в улусе. Носорог был найден в необычной позе: он как бы стоял на задних ногах, скелет оказался почти полным. В мире почти полных скелетов шерстистого носорога всего три: в Лондоне, Кракове и Чурапче. Эта находка пополнила палеонтологическую коллекцию Якутии, и в данное время хранится в геологическом музее Якутского научного центра СО РАН [3].

Зоны развитого туризма и рекреационной освоенности находятся на территории Болугурского и Соловьёвского наслегов – на берегах реки Амга. Здесь выделены три туристско-рекреационные зоны, с различной функциональной нагрузкой: 1. Познавательно-экологическая зона; 2. Санаторно-лечебная зона; 3. Водно-спортивная зона.

На берегах Амги рекреационные ресурсы как «рекреационные уголья» способствовали развитию санаторно-лечебного обслуживания населения [2].

Село Мындагай в Болугурском наслеге, ещё с советских времен, является санаторно-лечебной зоной, чему способствуют природно-климатические и физико-географические условия этой территории. Здесь и поныне действуют детский туберкулезный санаторий и летний реабилитационный лагерь для детей-инвалидов и пожилых.

Также постоянно действуют республиканский лагерь «Кустук», школьный лагерь «Араскы», интеллектуальный лагерь Чурапчинской улусной гимназии «Хахыйах». Проложен познавательно-

экологический маршрут к домику В.Н. Егорова – Тумарча возле участка Хахыйах, где в летнее время живет писатель [1].

Развит экологический туризм, чему способствуют особенные места в Болугурском и Соловьёвском наслегах, где имеются возможности для массового сбора ягод (черную смородину, голубику, бруснику) на урочищах Аччыгый Куттара, Улахан Куттара, Саппаас от. С 2002 г. стали популярны специальные организованные выезды жителей улуса на базу отдыха «Күөх хочо», организованную СХПК «Чурапча» [1].

Пеший поход по левому берегу реки Амга притягивает туристов своеобразием дороги: путь около 20 км между селами Мындагай и Хахыйах по берегу реки очень сложный из-за каменистой, сложенной галькой, наклонной дороги под местным названием «афганская дорога». Наличие нетронутой и разнообразной флоры и фауны нижнего течения р.Амга способствует развитию экологического туризма, особенно в ресурсном резервате «Куолума».

Красавица Амга с её перекатами, песчаными и галечными косами способствует развитию водно-спортивного туризма. Это самый популярный, своеобразный вид отдыха для жителей улуса обеспечивает не только пребывание туристов в привлекательном для них месте, но и занятие необычным видом деятельности как: сплав на байдарках, резиновых лодках и дает возможность попасть в соседние улусы – Амгинский и Таттинский.

По видам туристско-рекреационные ресурсы Чурапчинского улуса разделяют на:

I. Памятники природы и особо охраняемые территории: ресурсный резерват «Куолума»;

II. Историко-культурное наследие. 1) Памятные места XVI-XVIII вв.: археологические стоянки, памятники, погребения, могильники с парным захоронением коня; 2) памятное место обрядового камлания шамана для зачатия ребенка бездетным семьям; 3) исторические места: времён гражданской войны, место сброса вод р.Татты в озеро Чурапча и др.

III. Культурные объекты и достопримечательности:

– объекты деревянного зодчества XIX-XX вв. (амбар князя Доодор, башни-амбары с бойницами для защиты от набегов В. Манчары, мукомольная мельница в Хаяхсытском наслеге);
– церкви: Чурапчинская Вознесенская (Спас-Попечителя Святыня), Бахсытская Покровская, Арылахская, Жабыльская (сохранились до наших дней), Алексеевская церковь, Булгунняхтахская церковь (остатки);

- памятные знаки установлены в местности Кыта Баалы князю Улуу Кудангса, Дьуойа, Чыадаҥа Г.П. Башарину; памятное сэргэ (коновязь) Сивцева И.И. - Мытыйыкы Уус и др.;
- памятники известным землякам и стелы, обелиски;
- музеи: спортивной славы им. Д.П. Коркина, заслуженного тренера СССР по вольной борьбе, краеведческий музей, музей Чурапчинского переселения и др.[3].

Все эти объекты имеют местное значение, но пользуются широкой популярностью, особенно образовательными учреждениями. Они представляют возможности и способствуют развитию внутреннего туризма, особенно для жителей Чурапчинского, Мегино-Кангаласского, Усть-Алданского, Амгинского, Таттинского и Усть-Майского улусов (районов).

Таким образом, своеобразие природы, населения и хозяйства своего родного края, краеведческие сведения любого улуса (района) и его туристско-рекреационные ресурсы имеют довольно широкие возможности для развития внутреннего туризма местного и межрайонного значения.

Библиографический список

1. *Алексеева Т.Г.* Природные ресурсы и проблемы природопользования на территории бассейна нижней Амги (на примере Болугурского и Соловьевского наслегов Чурапчинского улуса). Дипломная работа. Якутск, 2007.
2. *Мухина Л.И.* Основные принципы оценивания // Теоретические основы рекреационной географии. М., 1975. С. 122-124.
3. Чурапчинский улус Республики Саха (Якутия). Атлас /Научный руководитель и составитель Л.С. Пахомова. Якутск- СПб, 2014. 70 с.

TOURIST AND RECREATIONAL RESOURCES CHURAPCHA REGION (DISTRICT)

SAKHA REPUBLIC (YAKUTIA)

L.S. Pakhomova

North-Eastern Federal University, 67700, Yakutsk, street Khabarova 3, 13,

e-mail: lsp0803@mail.ru

This article examines tourist and recreational resources Churapcha region (area) of the Republic of Sakha (Yakutia) and their potential for the development of domestic tourism in Central Yakutia, especially in the district. Churapcha region has a low potential for tourism and recreational resources, but a kind of natural monuments, archaeological and historical memorials and attractions are an opportunity for the development of tourism.

Key words: Central Yakutia, Churapcha region (district) of the Republic of Sakha (Yakutia), tourist and recreational resources, domestic tourism in region (district).

К ВОПРОСУ О КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ПОДХОДАХ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА КАК ОТРАСЛИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

А.Н. Полухина

Поволжский государственный технологический университет
г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, д.3, e-mail: PoluhinaAN@volgatech.net

В статье рассматриваются основные методологические подходы, имеющиеся в науке менеджмент, которые можно применять при разработке стратегий развития туризма: процессный, системный, ситуационный, синергетический. Описывается классификация методических подходов изучения сферы туризма: исторический, географический, экономический, управленческий и др. Особое внимание уделено программному подходу. Кратко рассматривается возможность применения кластерной теории при разработке стратегий развития туризма в регионе.

Ключевые слова: концептуальные подходы, стратегия развития туризма, туристские кластеры.

На протяжении XX века в науке менеджмент сформировалось ряд доктрин и концепций изучения управления отраслями деятельности и организациями производственной и непроизводственных сфер. Базовыми теоретическими подходами для изучения стратегических программ развития туризма и оценки их эффективности, по-прежнему, являются: процессный, системный, ситуационный и синергетический. С точки зрения процессного подхода, управление рассматривается как процесс, который является общей суммой всех функций: прогнозирование и планирование, организация, распоряжение, координация и контроль [7]. Следовательно, деятельность по управлению в организациях сферы туризма может рассматриваться как совокупность основных процессов: планирование, организация, мотивация и контроль, определенных еще в н. XX в. А.Файолем. Деятельность по управлению (разработка стратегической программы развития входит в данную деятельность) в сфере туризма следует воспринимать как единый комплекс процессов, где значение имеет не только постоянное движение и развитие каждого элемента, но и гармонично построенная структура связей между процессами.

Системный подход означает набор определенных руководств и принципов для управляющих, и одновременно, это способ мышления по отношению к управлению. Целесообразно представлять организации данной сферы как систему, состоящую из подсистем, в которой определяющей является персонал. Следует принимать во внимание два

главного показателя эффективности деятельности: экономическую эффективность и социальную востребованность услуг. Центральным моментом ситуационного подхода является конкретный набор обстоятельств, которые значительно влияют на организацию (сферу, отрасль) в данное конкретное время. Ситуационный подход пытается увязать конкретные приемы и концепции с определенными конкретными ситуациями для того, чтобы достичь целей организации (сферы, отрасли) наиболее эффективно. В рамках ситуационного подхода определяются воздействующие на организацию (сферу, отрасль) значимые переменные ситуации, которые группируются в два класса: внутренние и внешние. Под внутренними переменными понимаются ситуационные факторы внутри организации (цели, структура, задачи, технологии и работники организации). В качестве четырех внешних переменных выделены взаимосвязанность, сложность, подвижность и неопределенность [4, 83-89]. Сфера туризма уникальна тем, что окружающая среда оказывает постоянное воздействие на ее развитие, следствием чего является высокая степень мобильности успешных компаний.

Внедрение описанных подходов к управлению будет способствовать достижению эффективности в случае их комбинации, т.е. посредством синергетического взаимодействия. Синергетика понимается как теория самоорганизации в системах различной природы [2]. Синергетика имеет дело с явлениями и процессами, в результате которых у системы – у целого – могут появиться свойства, которыми не обладает ни одна из частей [3]. Но современные организации, действующие в сфере туризма, находятся в ситуации, которую с позиции синергетического подхода возможно определить как нестабильную, при этом собственно организация может быть охарактеризована как сложная неравновесная система [6, 110]. Полагаем, что для разработки продуманной стратегической программы необходимо использовать системный подход, при этом включая отдельные элементы ситуационного и синергетического подходов, потому что современные события в российской экономике приводят к появлению нестандартных ситуаций, требующих принятия быстрых, адекватных решений.

Изучение сферы туризма осуществляется с помощью различных подходов и методов, в выборе которых отсутствует единодушие среди специалистов. Например, американские профессора Р. Макинтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи рекомендуют следующие подходы.

1. Институциональный подход к изучению туризма подразумевает изучение разных туристских институтов и посредников, таких, как отели, рестораны, туроператоры, турагенты и др. Этот метод тре-

бует исследования организационного процесса, операционных методов, экономической среды бизнеса и др.

2. Подход, основанный на изучении продукта, исследует различные туристские продукты во взаимосвязи с их производством, продвижением на рынке и реализацией. Однако этот подход требует много времени для изучения и не позволяет исследователям быстро определить основы туризма.

3. Исторический подход включает в себя анализ деятельности туристских институтов в историческом ракурсе и влияние инноваций на их развитие. Такой эволюционный подход не получил широкого развития, поскольку туризм приобрел массовый характер сравнительно недавно.

4. Управленческий подход, по мнению специалистов, является самым важным и перспективным, так как ориентирован на отдельные туристские фирмы, т. е. имеет микроэкономический характер. Этот подход сфокусирован на такие виды управленческой деятельности, необходимые для функционирования туристской организации, как планирование, контроль, ценообразование, реклама и др.

5. Экономический подход из-за важности туризма как для внутренней, так и для мировой экономики, активно изучается экономистами с точки зрения формирования спроса и предложения, его влияния на платежный баланс и обменный курс, занятость, экономическое развитие и другие экономические факторы. Однако он не уделяет должного внимания экологическому, социально-культурному, психологическому и антропологическому воздействию.

6. Социологический подход обусловлен тем, что туризм представляет собой социальную деятельность, поэтому внимание социологов направлено на изучение индивидуального и группового поведения туристов и влияния туризма на общество. При таком подходе рассматривают социальные группы, привычки и обычаи как гостей, так и жителей принимающей стороны. Социальные аспекты туризма и отдыха пока недостаточно изучены и это предсказывает более широкое применение социологического подхода.

7. Географический подход специализируется на изучении местности туристской зоны (потoki туристов в эти местности), ландшафта (изменения со стороны туристских организаций, климата, а также экономических и социально-культурных аспектов). Особую важность здесь приобретает курс рекреационной географии, так как туризм и рекреация тесно взаимосвязаны.

8. Междисциплинарный подход обусловлен прежде всего тем, что туризм охватывает все аспекты жизни общества. Поскольку путе-

шественники имеют самые различные цели, необходимо использовать психологический подход при выполнении маркетинга и продвижении туристского продукта. При изучении культурного туризма, помимо прочего, целесообразно применять антропологический подход.

9. Системный подход изучения туризма интегрирует другие подходы в единый комплексный подход, с помощью которого на микроуровне можно исследовать деятельность туристских фирм в конкурентной среде, их рынки, связи с другими институтами и потребителями, а на макроуровне - целостную туристскую систему страны или региона, а также ее взаимоотношения с другими системами, такими, как политическая, правовая, экономическая и социальная [8].

Считаем, что при разработке стратегий развития туризма в регионах РФ следует применять программный подход. Важной характеристикой программно-целевого подхода к решению сложных социально-экономических проблем является его приспособленность к поиску эффективных, экономичных вариантов проблемных решений. Это связано с тем, что в процессе взаимного согласования целей, программных мероприятий и ресурсных потребностей осуществляется не только их взаимная подгонка, но и вариантный анализ путей решения проблемы и видов используемых для этого ресурсов [5, 37]. Главными преимуществами программно-целевого метода являются гибкость и мобильность. Программы являются наиболее эффективным способом реализации стратегии социально-экономического, научно-технического, экологического, регионального развития, обеспечивают концентрацию ресурсов наиболее перспективных и эффективных направлений развития, помогают преодолевать неизбежно возникающие кризисы и противоречия, обеспечить выход экономики на новый, более высокий уровень. Полагаем, что в сфере туризма программный подход при разработке стратегий реализуется в полной мере. Большинство исследователей солидарны в том, что специфику сферы туризма лучше всего отражает модель кластера.

Кластеры образуются и функционируют на принципах государственно-частного партнерства. Государство играет важную роль в процессе формирования и развития туристского кластера, особенно на начальном этапе. Но должно осуществлять это в тесном контакте с туристским бизнесом. Государство помогает развитию кластерных инициатив на местах путем создания платформы для диалога разных акторов кластера, повышения квалификации местной рабочей силы через реализацию программ дополнительного образования и переподготовки кадров, создания бренда региона для привлечения иностранных посетителей [1, 56]. Кластер туризма должен образовываться во-

круг так называемого «корневого» бизнеса - бизнеса, которым занимаются туристские фирмы, создающие туристский продукт. Но при этом они перекупают услуги других бизнесов: гостиничного и ресторанного, перевозок, торговли, развлекательного и других. Предприятия всех этих бизнесов и образуют кластер туризма.

Таким образом, при разработке стратегий развития туризма для регионов РФ могут использоваться различные концептуальные подходы, не утратившие свое значение, такие как: процессный, системный, ситуационный, синергетический и др. Существует классификация подходов по применяемым методам исследований: экономический, управленческий, исторический, географический и др. По-прежнему, важен в процессе разработки стратегий развития программный подход (или программно-целевой метод по мнению ряда ученых).

Но практическая реализация того или иного подхода должна отвечать коренным задачам развития территорий по направлению туризм. Считаем, что в этом случае прикладным методом является разработка стратегий развития туристских кластеров. Более того, необходимо на уровне субъектов Российской Федерации выстраивать пространственную модель кластерной организации сферы туризма на основании определения территорий, обладающих уникальным природно-рекреационным и историко-культурным потенциалом. Данные территории могут рассматриваться как места для реализации кластерных туристских инициатив и формирования локальных туристских кластеров. Частью государственной стратегии повышения конкурентоспособности России в сфере туризма должна стать государственная поддержка кластерных инициатив. Такая кластерная политика может быть связана с определением наиболее перспективных туристских центров, способных оказать стимулирующее влияние на развитие хозяйства страны и созданием законодательной базы, направленной на поддержку кластерных инициатив.

Библиографический список

1. *Александрова А.Ю.* Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2007. - № 1. – С. 51 – 61. – С. 51 – 52.
2. *Курдюмов С.П. и Малинецкий Г.Г.* Пролог. Синергетика и системный анализ // <http://www.keldysh.ru/book/sinpr.html> - Дата обращения 12.05.2005
3. *Мальцев В.А.* Синергетика и проблемы управления макроэкономическими системами // <http://www.lpur.tsu.ru/Public/art99> - Дата обращения 12.05.2005

4. Мескон М. Альберт М. Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 1992. – 672 с.
5. Серебрякова Л.А. Проблемы программно-целевого планирования развития регионов. - Вестник СевКавГТУ, Серия «Экономика». №2 (13), 2000. - С. 35 - 43.
6. Шалаев В.П. Социальный смысл системно-синергетической парадигмы. – Йошкар-Ола: МарГТУ, 1997. – 202 с. - С.110.
7. Fayol Henri. General and Industrial Management. - London: Pitman, 1949.
8. Tourism: principles, practices, philosophies. - 7th ed. / R. W. McIntosh, Ch. R. Goeldner, J. R. B. Ritchie: John Wiley & Sons, Inc. - New York, 1995. – Цит. по: Папирян Г.А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме. – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/papiran.htm - Дата обращения 5.04.2012.

**ON THE QUESTION OF CONCEPTUAL APPROACHES TO THE STUDY
OF TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY AS A SECTOR OF THE RE-
GIONAL ECONOMY**

A.N.Polukhina

Volga State University of Technology

Yoshkar-Ola, Lenin sq. 3, e-mail: PoluhinaAN@volgatch.net

The article discusses the main methodological approaches available to science management, which can be used in the development of strategies for the development of tourism: a process, system, situational, synergistic. It describes the classification of methodological approaches the study of tourism: historical, geographical, economic, administrative and others. Special attention is given to the program approach. Briefly considered the possibility of cluster theory in the development of strategies for the development of tourism in the region.

Key words: conceptual approaches, the strategy of tourism development, tourism cluster.

ОЦЕНКА ПРИРОДНО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

О.Б. Попова

Оренбургский государственный университет,
460018, г. Оренбург, пр. Победы, 13, e-mail: geo@mail.osu.ru

В сообщении рассматривается методика оценки природно-рекреационного потенциала Оренбургской области. Проведена балловая оценка природно-климатических ресурсов административных районов. Приводится анализ привлекательности природно-рекреационных ресурсов и характер обеспеченности административных районов природно-рекреационными ресурсами (на примере Оренбургской области)

Ключевые слова: природно-рекреационные ресурсы, природно-рекреационный потенциал, Оренбургская область.

Показатель обеспеченности административных районов Оренбургской области ($I_{Об\ пр.-рекр.}$) природно-рекреационными ресурсами рассчитывался по формуле (1).

$$I_{пр.-рекр.} = \sum_{i=1}^n \frac{w_i}{Q} v_i, \quad (1)$$

где $I_{Об\ пр.-рекр.}$ – показатель обеспеченности административных районов природно-рекреационными ресурсами;

w_i – величина показателя административного района;

v_j – весовой коэффициент показателя;

Q – величина показателя области [1].

В анализе природных ресурсов учитывались следующие параметры: среднегодовая температура воздуха за период с 2005 по 2014 гг., продолжительность летнего пригодного для туристско-рекреационной деятельности периода, геоморфологические и гидрологические условия местности.

Предположим, что для организации зимних видов туризма важным условием является образование устойчивого снежного покрова. Следовательно, чем ниже температура воздуха зимнего периода, тем выше балловая оценка района. То есть наиболее благоприятными для зимнего туризма являются северные районы области. Для организации туризма в летний период наиболее привлекательны теплые дни. То

есть, чем выше температура воздуха, тем выше балловая оценка района. Поэтому более благоприятными для развития в летний период являются южные районы области. Кроме температуры воздуха в организации туристско-рекреационной деятельности учитывается и комфортный летний период, характеризующийся привлекательностью природных ландшафтов. Допустим, что продолжительность вегетационного периода прямо пропорциональна продолжительности комфортного периода для организации летних видов туризма. В организации туристско-рекреационной деятельности большое значение имеют привлекательный рельеф местности и наличие водных объектов [2]. Потому высокую оценку получают районы с максимальными значениями амплитуды высот и густоты речной сети (Таблица 1-2). Наиболее высокий показатель обеспеченности природными ресурсами (значения интегрального показателя выше среднего) имеют Беляевский, Переволоцкий, Сорочинский, Шарлыкский, Сакмарский, Саракташский, Ташлинский, Гайский, Соль-Илецкий, Оренбургский, Кувандыкский, Новосергиевский, Илекский, Акбулакский, Тоцкий, Грачевский, Первомайский районы.

При анализе привлекательности природно-рекреационных ресурсов учитывалось наличие курортов областного и местного значения, туристических баз и зон отдыха, особо охраняемых природных территорий, охотничьих хозяйств, памятников природы.

Расположив в порядке убывания значимости для туристов (посещаемости) исследуемые параметры, получена следующая последовательность: курорты областного значения, национальный парк, курорты местного значения, туристические базы и дома отдыха, заповедники, охотничьи хозяйства, памятники природы.

Таблица 1

**Природные ресурсы административных районов
Оренбургской области**

Административный район	Среднегодовая температура воздуха, °С		Продолжительность вегетационного периода	Высота поверхности, м		Густота речной сети, км/км ²
	января	июля		средняя	макс.	
Абдулинский	-14,3	19,8	123	248	343	0,06
Адамовский	-17,6	20,3	115	330	417	0,043
Акбулакский	-14,1	22,1	143	225	340	0,04
Александровский	-14,8	19,7	131	253	370	0,058
Асекеевский	-13,8	20,2	135	183	247	0,052
Беляевский	-15,3	21,8	176	262	421	0,061
Бугурусланский	-13,3	19,4	125	187	302	0,06
Бузулукский	-12,5	20,4	140	141	221	0,065
Гайский	-16,2	21,2	133	355	465	0,076
Грачевский	-12,5	20,4	137	203	333	0,059
Домбаровский	-16,2	22,1	134	306	392	0,049
Илекский	-12,3	22,3	140	152	252	0,061
Кваркенский	-17,6	20,3	121	337	429	0,048
Красногвардейский	-13,3	21,4	130	199	307	0,06
Кувандыкский	-15,6	19,8	132	349	557	0,062
Курманаевский	-12,5	20,4	135	172	262	0,055
Матвеевский	-14,3	19,8	122	206	311	0,028
Новоорский	-16,2	21,2	143	297	349	0,043
Новосергиевский	-13,5	21,1	176	214	338	0,042
Октябрьский	-15,0	19,9	124	223	331	0,06
Оренбургский	-13,5	21,5	147	203	303	0,053
Первомайский	-12,9	21,8	142	130	222	0,054
Переволоцкий	-13,5	21,1	145	239	405	0,083
Пономаревский	-14,3	19,8	124	255	357	0,071
Сакмарский	-13,5	21,5	139	246	382	0,112
Саракташский	-15,3	21,8	126	305	478	0,076
Светлинский	-17,6	21,1	125	358	417	0,014
Северный	-12,9	19,4	120	242	382	0,071
Соль-Илецкий	-14,0	22,2	145	211	313	0,05
Сорочинский	-13,0	21,4	143	186	307	0,082
Ташлинский	-12,3	22,3	142	171	265	0,071
Тоцкий	-13,0	21,4	141	181	247	0,064
Тюльганский	-15,0	19,9	120	393	667	0,068
Шарлыкский	-14,8	19,7	145	268	401	0,069
Ясненский	-16,2	22,1	131	350	410	0,033

Проведена балловая оценка природно-климатических ресурсов административных районов и рассчитаны весовые коэффициенты природно-рекреационных ресурсов для административных районов Оренбургской области.

Таблица 2

Балльная оценка привлекательности природных ресурсов административных районов Оренбургской области

Административный район	Величина показателя, w_i (баллов)					Веса при расчете
	Среднегодовая температура воздуха, °С	Среднегодовая влажность воздуха, %	Среднегодовая высота снежного покрова, см	Среднегодовая амплитуда температур, °С	Среднегодовая высота реки, м	
Абдулинский	10	3	5	12	17	0,0203
Адамовский	16	6	1	8	6	0,0131
Акбулакский	9	13	20	18	4	0,0307
Александровский	11	2	10	19	15	0,0256
Асекеевский	7	5	14	4	11	0,0215
Беляевский	13	12	23	26	18	0,0435
Бугурусланский	5	1	7	18	17	0,0218
Бузулукский	2	7	17	6	21	0,0287
Гайский	15	9	12	17	25	0,0349
Грачевский	2	7	15	22	16	0,0300
Домбаровский	15	13	13	7	9	0,0257
Илекский	1	15	17	13	18	0,0319
Кваркенский	16	6	3	10	8	0,0164
Красногвардейский	5	10	9	16	17	0,0256
Кувандыкский	14	3	11	29	19	0,0329
Курманаевский	2	7	14	9	14	0,0239
Матвеевский	10	3	4	15	2	0,0131
Новоорский	15	9	20	1	7	0,0270
Новосергиевский	6	8	23	21	5	0,0321
Октябрьский	12	4	6	16	17	0,0234
Оренбургский	6	11	22	13	12	0,0330
Первомайский	3	12	19	10	13	0,0296
Переволоцкий	6	8	21	27	26	0,0429
Пономаревский	10	3	6	14	24	0,0252
Сакмарский	6	11	16	24	27	0,0394
Саракташский	13	12	8	28	25	0,0358
Светлинский	16	8	7	2	1	0,0140
Северный	3	1	2	25	24	0,0231
Соль-Илецкий	8	14	21	14	10	0,0331
Сорочинский	4	10	20	20	26	0,0398
Ташлинский	1	15	19	11	24	0,0357
Тоцкий	4	10	18	5	20	0,0302
Тюльганский	12	4	2	30	22	0,0274
Шарлыкский	11	2	21	23	23	0,0396
Ясенский	15	13	10	3	3	0,0191
Всего, Q_i	304	277	456	536	546	
Весовые коэффициенты, v_j	0,09	0,09	0,36	0,18	0,27	

Наибольшие значения (выше среднего) показателя природно-рекреационного потенциала имеют Бузулукский район (из-за наличия

туристских баз отдыха и национального парка), Светлинский, Гайский, Соль-Илецкий, Кувандыкский, Ташлинский, Тюльганский, Новосергиевский районы.

Суммарная оценка обеспеченности административных районов природно-рекреационными ресурсами (I_H *пр-рекр.*) показала, что наибольшие значения показателя I_H *пр-рекр.* имеют Бузулукский, Гайский, Соль-Илецкий районы (значения показателя I_H *пр-рекр.* выше среднего, т.е. $\geq 0,231$).

Таким образом, можно сделать вывод, что степень обеспеченности разных частей Оренбургской области природно-рекреационными ресурсами, которые могут быть востребованы в туристско-рекреационной деятельности, не является одинаковой. В качестве лидеров по обеспеченности природно-рекреационными ресурсами выступили Бузулукский, Гайский, Соль-Илецкий, Светлинский районы.

Бузулукский район имеет наивысший показатель обеспеченности природно-рекреационными ресурсами благодаря расположению в его пределах густой речной сети, нескольких туристических баз и единственного национального парка (Бузулукский бор). Показатель густоты речной сети в Гайском районе один из самых высоких по области. В районе находится единственный бальнеологический курорт. Одной из главных достопримечательностей Оренбургской области являются соляные курорты-здравницы в Соль-Илецком районе, благодаря чему показатель обеспеченности природно-рекреационными ресурсами довольно высок. Парадоксально высокое значение показателя имеет Светлинский район. При относительно скудном разнообразии природных ландшафтов район у него довольно высокий показатель обеспеченности природно-рекреационными ресурсами благодаря тому, что на его территории расположен единственный биологический заказник.

Именно на эти административные единицы Оренбургской области следует делать ставку при развитии массового лечебно-оздоровительного и экологического туризма.

Материал подготовлен при финансовой поддержке РГНФ и Правительства Оренбургской области (грант № 14-12-5600 а(р)).

Библиографический список

1. Егорова, Е. Н. Методика оценки природного туристско-рекреационного потенциала региона / Е. Н. Егорова, О. В. Мотрич // Региональная экономика: теория и практика, 2010. – № 43. – С. 49-56.
2. Попова, О.Б. Природные предпосылки формирования туристско-рекреационной системы Оренбургской области / О.Б. Попова //

Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2015» / Отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2015. ISBN 978-5-317-04946-1. — URL: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2015/data/section_5_7211.htm (дата обращения 14.07.15).

ASSESSMENT OF NATURAL AND RECREATIONAL POTENTIAL OF ORENBURG REGION

O.B. Popova

Orenburg State University,

460018, Orenburg, Pobedy ave., 13, e-mail: geo@mail.osu.ru

The report examines the method of estimating the natural and recreational potential of Orenburg region. Spend ranking point climatic resources administrative districts. The analysis of the attractiveness of natural and recreational resources and nature of the provision of administrative regions natural and recreational resources (for example, Orenburg region)

Key words: natural and recreational resources, natural and recreational potential, Orenburg region.

УДК 911.9:338.48

МАЛЫЕ ИСТОРИЧЕСКИЕ ГОРОДА АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ ТУРИЗМА

И.А. Потапов

Северный арктический федеральный университет,

Россия 163000 г. Архангельск, пр. Ломоносова, д.4, ipdk@yandex.ru

В сообщении рассматриваются проблемы развития туризма в малых исторических городах Архангельской области. Основное внимание уделено оценке их транспортно-географического положения относительно основных мест формирования туристских потоков и обеспеченности туристов гостиницами.

Ключевые слова: транспортно-географическое положение, туристские потоки.

Исторические города всегда привлекали туристов, в прошлом они имели большое экономическое значение, но утратили его в связи с изменившимся экономико-географическим положением, экономической и политической конъюнктурой. Сейчас большинство из них представляют собой глубоко провинциальные полудеревенские поселения. Но сохранившиеся памятники архитектуры федерального или местного значения в совокупности с интересом людей к истории, появившимися продолжительными вакациями в течение года и возможностями совершать пусть небольшие, но настоящие путешествия делают по-

добные местности потенциальными местами притяжения туристов, альтернативными главным российским туристским центрам. Это должно давать стимул к использованию имеющегося у таких городов рекреационного потенциала. Одной из важнейших задач в исследовании возможностей развития туризма в таких городах является определение препятствий в использовании их рекреационного потенциала. И главными из них можно назвать проблемы транспортной доступности малых городов туристами и качества туристской инфраструктуры.

В Архангельской области к малым историческим городам, привлекающим туристов, относятся Каргополь и Сольвычегодск. Оба города обладают значительным рекреационным потенциалом и уже сегодня являются важными туристскими направлениями в Архангельской области, причём Сольвычегодск является ещё и бальнеогрязевым курортом. Однако имеющиеся возможности для развития туризма в этих городах реализуются не полностью. Успешнее в этом направлении развивается Каргополь.

Каргополь, город на юго-западе Архангельской области, основанный в 1146 г. лежащий в 350 километрах к юго-западу от Архангельска, привлекает туристов уникальными памятниками архитектуры деревянного и белокаменного зодчества федерального значения. В городе сохранились пять храмов и соборная колокольня, построенные в XVI – XIX вв. Особый интерес представляет архитектурный ансамбль Соборной площади. Каждый год летом в Каргополе проходит международный праздник народных мастеров. Кроме того, привлекательны для туристов окрестные деревни и находящийся поблизости Кенозерский национальный парк. Данные обстоятельства стимулируют создание в городе туристской инфраструктуры. В Каргополе имеется две гостиницы (гостиница «Каргополь» на 34 места имеет 3 звезды, гостиница экономического класса советского образца «Каргополочка» на 20 номеров). Открыты в черте города четыре гостевых дома общей вместимостью 67 койко-мест. Но данное количество мест размещения явно не достаточно для стабильного развития туризма в городе. Другое обстоятельство, сдерживающее туристские потоки в город – это его транспортно-географическое положение. Каргополь удален от ближайшей железнодорожной станции Няндомы на 78 км. Туристы могут прибыть в Каргополь только на поезде через эту станцию, далее на автобусе. Мы рассмотрели транспортные схемы, которыми могут воспользоваться туристы при поездке в Каргополь, начинающиеся в городах, которые являются потенциальными отправными точками для них (Москва, Санкт-Петербург, Архангельск), включающие поезд и автобус, а также маршруты, включающие перелет до ближай-

шего аэропорта Архангельска на самолете, далее поезд до Няндомы и автобус до Каргополя. Из Архангельска в Каргополь можно доехать и на рейсовом автобусе.

В результате мы выяснили, что положение Каргополя относительно потенциальных мест формирования туристских потоков достаточно не благоприятно. Из Москвы в Каргополь туристам удобнее добираться поездом, время передвижения при этом составит минимум 15 часов, что больше времени, которое они могут потратить, воспользовавшись транспортной схемой «самолет – поезд – автобус» с транзитом через Архангельск всего на 3 часа. Из Санкт-Петербурга в Каргополь в течение всего года удобнее добираться самолетом через Архангельск, далее поездом через Няндому, для этого понадобится 13 часов. Из Архангельска до Каргополя на автобусе можно добраться за 9 часов, на поезде через Няндому за 10 часов.

Сольвычегодск – городок, история которого прослеживается с XVI в., расположен в 490 км к юго-востоку от Архангельска на правом берегу реки Вычегда. Расцвет города связан с именем купцов Строгановых, усыпальница которых здесь находится. Его привлекательность для туристов заключается в том, что он одновременно является бальнеогрязевым курортом и имеет памятники церковной белокаменной архитектуры Русского Севера. В Сольвычегодске хорошо сохранились три собора XVI в., купеческая усадьба начала XIX в., работает историко-художественный музей в Благовещенском соборе, музей литературного персонажа Козьмы Пруtkова, который по задумке авторов родился вблизи Сольвычегодска, музей политической ссылки в доме, где в 1911 г. проживал И. Сталин. В городе летом проходит Прокопьевская ярмарка и фестиваль Козьмы Пруtkова. В отличие от Каргополя, в Сольвычегодске индустрия гостеприимства развита ещё хуже. Туристы могут остановиться либо в гостинице «Вычегда» на 11 номеров, а, при наличии путёвки в санатории «Сольвычегодск» на 135 номеров.

Особенностью географического положения Сольвычегодска является отделенность от железной дороги и важнейших автодорог рекой, через которую нет моста, пересечь ее можно на пароме или по понтону, которые действуют сезонно. Ближайшая крупная железнодорожная станция Котлас находится в 15 км по прямой, но необходимость пользоваться паромом, курсирующим в створе реки с берега, противоположного Сольвычегодску, увеличивает расстояние до 35 км. Сокращает время передвижения понтонный мост. При поездке в Сольвычегодск туристы могут воспользоваться транспортной схемой, включающей поезд до Котласа и автобус до Сольвычегодска. В Котла-

се есть аэропорт, но там приземляются только самолеты из Архангельска, кроме того его периодически закрывают. Из Архангельска в Котлас ходит автобус, но этот маршрут не удобен для туристов из-за плохой стыковки.

Как показывают данные анализа, транспортно-географическое положение Сольвычегодска относительно крупных городов, потенциальных центров формирования туристских потоков, не благоприятно. Наименее благоприятно положение относительно Санкт-Петербурга по причине большего времени, которое уходит на проезд от него на поезде и автобусе до Сольвычегодска (минимум 27 часов). Из Москвы в Сольвычегодск можно добраться теми же видами транспорта минимум за 25 часов, из Архангельска – за 21 час. Изменить положение в лучшую сторону можно за счет модернизации переправы через Вычегду. Возможно сократить время в пути и за счет использования аэропорта Котлас, открытие регулярных авиарейсов из этих городов. Тем более что данный аэропорт можно использовать и для посещения Великого Устюга, находящегося в 90 км от Котласа.

Таким образом, основными препятствиями, сдерживающими успешное развитие туризма в исторических городах Архангельской области является неблагоприятное транспортно-географическое положение, усугубляющее проблему удалённости их от потенциальных мест формирования туристских потоков. Особенно это касается Сольвычегодска, где к удалённости от крупных городов добавляется ещё и отсутствие моста через Вычегду. Несколько сгладить транспортную проблему можно за счёт развития аэропорта соседнего города Котласа, что сократит время в пути для туристов. Каргополь имеет более выгодное транспортно-географическое положение, но и в этом случае для удобства доставки туристов нужно синхронизировать работу автобусов с останавливающимися на ближайшей железнодорожной станции поездами. Для увеличения потока туристов в эти города нужно ориентироваться, прежде всего, на жителей близ лежащих территорий, которые могут достигнуть мест туристского интереса быстрее, и затратить для этого меньше средств, чем туристы из других регионов. Однако недостаточно просто улучшить транспортно-географическое положение городов, важно сделать пребывание в них туристов комфортным, интересным и полезным, тем самым стимулировать их желание вернуться туда вновь. Особенно это зависит от наличия достаточного количества мест размещения различных категорий, а также мест развлечения, в том числе гастрономических. Оба города нуждаются в создании достойной туристской инфраструктуры. Для успешного развития туризма необходимо создание новых мест размещения, питания и до-

суга. Но создание их не должно быть стихийным, в идеале должны быть многофункциональные туристские комплексы. В Каргополе и его окрестностях частные предприниматели уже сейчас проявляют интерес к созданию мест размещения для туристов. В Сольвычегодске это направление предпринимательства находится в зачаточном состоянии, несмотря на то, что туристский потенциал этого города разнообразнее. Для дальнейшего его развития следует создать совместную программу между санаторием и местными жителями. Санаторий может предлагать оздоровительные программы различной продолжительности, а размещение может быть организовано в частном секторе, возможно создание курортных мини отелей. Кроме того, Сольвычегодск должен использовать туристский потенциал окрестностей, в частности близкого Великого Устюга.

SMALL HISTORIC TOWNS OF THE ARKHANGELSK REGION AS A POTENTIAL TOURIST DESTINATIONS

I.A. Potapov

Northern (Arctic) Federal University, ipdk@yandex.ru
Russia163000 Arkhangelsk, Lomonosov str, 4

The report deals with the issues of tourism development in small historic towns of the Arkhangelsk region. The main attention is paid to the estimate of their transport and geographical location with respect to the places of formation of tourist flows and security of tourists hotels.

Keywords: transport and geographical location, tourist flows.

УДК 338.483(470.53/531)

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ПАЛЕОНТОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ПЕРМСКОМ КРАЕ

В.П. Расковалов

Пермский государственный национальный исследовательский университет, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, e-mail:

v.p.raskovalov@gmail.com

В статье рассматриваются возможности развития палеонтологического туризма в Пермском крае. Выявляются основные составляющие потенциала развития палеотуризма в регионе, и дается их описание. Приводится перечень основных палеонтологических памятников природы Пермского края как объектов туризма.

Ключевые слова: палеонтологический туризм, пермская геологическая система, пермский период, палеонтологические памятники природы, палеонтологические местонахождения, музеи, Пермский край.

В развитии туристской сферы региона большое значение имеют новые направления деятельности. Для Пермского края, имеющего ог-

ромные возможности развития туризма в природной среде, очевидно, что одним из перспективных направлений является экологический туризм, основанный на познании природы и внесении вклада в сохранение окружающей среды. К этому виду туризма можно отнести такое новое направление как палеонтологический туризм. Данное понятие пока не относится к научной категории, и не имеет широкого использования в туристской среде. Термин «палеонтологический туризм» и его краткая форма – «палеотуризм» пока встречаются в основном в некоторых информационных ресурсах Интернет и недостаточно распространены [1].

В основе данного вида туризма как познавательного направления лежит наука «Палеонтология», которая определяется как область знаний о древних организмах, которые жили на планете в минувшие геологические периоды. Популяризация палеонтологических знаний основана на знаменитых во всем мире находках ископаемой фауны, в первую очередь относящейся к мезозойской эре, а также останков первых людей. Кроме того, знания по палеонтологии для людей, не интересующихся специально этой сферой, поступают из средств массовой информации, книг, фильмов, через посещение музеев. Популярность палеонтологии среди людей, не связанных в повседневной жизни с этой областью естествознания, позволила этой науке проникнуть в туристскую деятельность, сделав ее доступной. С точки зрения туризма палеонтологические знания могут быть использованы в контексте реализации познавательных целей туристов или профессионально-деловых для специалистов-палеонтологов. Безусловно, это возможно только при наличии определенной научной палеонтологической базы на территории, принимающей туристов. К ней можно отнести места палеонтологических раскопок, музеи с палеонтологическими коллекциями и т.п. Поскольку данный вид туризма включен в состав экологического, то он может сочетаться и комбинироваться с такими видами туризма как спелеотуризм, альпинизм, водный туризм и др.

Пермский край обладает обширной научной палеонтологической базой. Уже само название края и регионального центра связано с периодом в геологической истории Земли – «пермским», что увековечено в геохронологической таблице. Геологи всего мира используют понятия «пермский период» и «пермская геологическая система». На территории Прикамья находится самое большое на Земле поле отложений пермского возраста, служащие мировым эталоном пермской системы. Эта уникальная особенность территории Пермского края может быть весьма разнообразно использована для привлечения туристов из других регионов и стран.

Двумя крупнейшими составляющими палеонтологического туризма являются посещение естественных местонахождений ископаемых останков и посещение мест их хранения и изучения. Третьей составляющей является посещение парков и выставок реконструкций ископаемых животных [1].

Несомненно, большое значение имеет посещение мест, богатых палеонтологическими находками, которые имеют определенную научную ценность. Это обычно выявленные специалистами скопления в определенном месте местонахождений останков древних организмов или следов их жизнедеятельности, представляющих собой большой познавательный и научный интерес. Такие локализации представляют собой обычно палеонтологические памятники природы, использование которых в туристской деятельности (в том числе и в экологическом туризме), должно быть основано на принципах сохранения экосистем. Особенно это важно учитывать в таком направлении палеонтологического туризма, когда туристы-любители палеонтологии учувствуют в раскопках. Поэтому важное значение имеет статус палеонтологического памятника как охраняемой территории (геологический, ландшафтный, комплексный памятник природы), от которого зависит возможность и степень его использования. На территории Пермского края выявлен ряд палеонтологических памятников, которые могут быть использованы в разной мере в палеотуризме [2]. В приведенной ниже таблице 1 отражены основные сведения о палеонтологических памятниках природы Пермского края.

Палеонтологические памятники природы Пермского края

<i>Наименование</i>	<i>Расположение</i>	<i>Краткая характеристика</i>
1	2	3
<i>*Пещеры Кизеловского карстового района (местонахождение фауны плейстоценовых млекопитающих)</i>	Александровский, Губахинский, Кизеловский районы	Пещеры с остатками фауны плейстоценовых млекопитающих, пещерным жемчугом и летучими мышами
<i>**Разрез Хорошевка (местонахождение девонских панцирных рыб и гониатитов)</i>	Кизеловский район	Среднедевонские и верхнедевонские известняки и сланцы с гониатитами и панцирными рыбами
<i>**Разрез Половинка (местонахождение каменноугольной флоры и палеопочв)</i>	Губахинский район	Нижнекаменноугольные песчаники с флорой и палеопочвами

Окончание таблицы

1	2	3
**Широковское водохранилище (местонахождение вендских мягкотелых)	Губахинский район	Местонахождение вендской бесскелетной фауны
*Разрез Губаха (местонахождение каменноугольных кораллов)	Губахинский район	Нижнекаменноугольные органогенные известняки с морской фауной
**Разрез Рассольный (местонахождение пермских гониатитов, наutilus-лоидей и кораллов)	Губахинский район	Нижнепермские органогенные известняки с гониатитами, наutilus-лоидеями и кораллами
**Разрез Коксохим (местонахождение девонских климениид)	Губахинский район	Верхнедевонские глинистые сланцы с климениидами
*Разрез Крестовая (местонахождение каменноугольной флоры и палеопочв)	Губахинский район	Нижнекаменноугольные песчаники с флорой и палеопочвами
**Разрез Промысла (местонахождение ордовикских эндоцератоидей и наutilus-лоидей)	Горнозаводский район	Ордовикские известняки с эндоцератоидеями и наutilus-лоидеями
**Карьер Вавилон (местонахождение рифейских строматолитов)	Горнозаводский район	Рифейские строматолитовые постройки
**Разрез Полазна (местонахождение пермских строматолитов и флоры)	Добрянский район	Плитчатые мергели соликамского горизонта уфимского яруса нижней перми с флорой
*Разрез Ежово (уникальное местонахождение пермских ящеров)	Очерский район	Верхнепермские (среднепермские) песчаники с фауной тетрапод (пермских ящеров), флорой и палеопочвами
*Разрез Чикали (пермские мшанковые рифы)	Кишертский район	Пермские мшанковые рифы
*Разрез Чекарда (уникальное местонахождение пермских насекомых и флоры)	Суксунский район	Нижнепермские мергели и алевропелиты с насекомыми и флорой
**Разрез Ключики (уникальное местонахождение пермских рыб, тетрапод и флоры)	Куединский район	Среднепермские мергели с фауной рыб, тетрапод и флорой

Примечание: * – геологический, ландшафтный или комплексный памятник природы регионального значения; ** – предлагается на статус памятника природы.

Посещение территории палеонтологических местонахождений может быть главной целью познавательной экскурсии по историко-геологическому маршруту, или может сочетаться с другими видами туризма (спелеотуризм, пешие, водные маршруты и т.д.), которые включают в программу путешествия (или случайно встречаются туристам на маршруте) знакомство с палеонтологическими достопримечательностями.

Наибольшую популярность в Пермском крае имеют такие местонахождения как Ежовское и Чекарда. В большей степени известно как среди специалистов, так и среди любителей палеонтологии Ежовское местонахождение пермских амфибий и рептилий, которые условно объединяются термином «пермские ящеры». Оно расположено в 5 км к юго-западу от г. Очера, рядом с д. Ежово. Это местонахождение дало массу интереснейших находок. Весьма примечательно, что «очерская фауна» вошла в мировую науку, сформировав у людей, интересующихся прошлым Земли, яркие ассоциации при словах «Пермь» и «Пермский край». Это образы доисторических ящеров, обитавших на Земле в пермский период, последний период палеозойской эры. Среди многих местонахождений ископаемых животных и растений пермского возраста, находящихся в Приуралье, особый интерес вызывает местонахождение Чекарда, расположенное на левом берегу р. Сылва, недалеко от д. Чекарда Суксунского района. Это местонахождение знаменито находками пермских растений и насекомых.

Второй составляющей палеонтологического туризма являются места хранения ископаемых останков. Это, как правило, музеи, в которых находятся палеонтологические коллекции, и осуществляется их демонстрация посетителям. Несомненно, что эта составляющая палеотуризма является наиболее доступной и широко распространенной формой организации данной туристской деятельности. Посещение музеев с палеонтологическими коллекциями может быть включено в самые разнообразные экскурсионные и туристские программы, основанные на познании природы региона, и в частности на ознакомлении с историей Земли и ее древними вымершими обитателями.

В Пермском крае уже есть специализированный музей, ориентированный на бренд «пермский период». Это «Музей пермских древностей», расположенный в региональном центре [4]. Здесь собраны коллекции знаменитых палеонтологических находок Пермского края. Сейчас в экспозиции музея насчитывается более 2 тыс. экспонатов. Большая их часть представляет собой ископаемые останки первобытных растений и животных: рыб, рептилий, птиц и зверей. Представителями палеоботанического направления являются растения суши каменноугольного и пермского периодов. Кроме этого туристы и посетители музея могут посмотреть древних насекомых, обитателей древних

морей, беспозвоночных и позвоночных животных. Особое внимание привлекают скелет мамонта, скелет уральского эстемменозуха, слепки пермской амфибии камакопса и платипозавра, скелет диметродона, кистеперая рыба латимерия, хищный динозавр тарбозавр и травоядный утконосый динозавр циньтоозавр, яйца динозавров, первоптица и дейоних, ископаемая костная рыба, кости скелета носорога и многое другое [3]. Отдельная выставка рассказывает об истории планеты Земля. Музей пермских древностей является интерактивным. К услугам посетителей в залах работают информационные мониторы, множество познавательных развлечений организовано для детей. Также проводятся разнообразные обучающие программы и тематические экскурсии, составленные с учетом разных возрастных интересов.

Кроме того, палеонтологические коллекции хранятся в «Музее палеонтологии и исторической геологии», и «Музее пермской системы», основанные при Пермском государственном университете (г. Пермь), где также собраны уникальные экспонаты [6]. Разнообразные находки древних ископаемых имеются в ряде краеведческих музеев разных районов Пермского края. Все это может послужить основой для организации специализированных экскурсий и познавательных программ палеонтологической направленности.

Важной составляющей палеотуризма является организация парков и выставок реконструкций, посвященных ископаемым организмам и прошлому Земли, в частности пермскому геологическому периоду. Так, в центре г. Перми есть уникальное место – «Егошихинский лог», где особенно красивы и интересны обнажения медистых песчаников в толще напластований пермской геологической системы. По этим живописным обнажениям может быть проложен экскурсионный историко-геологический маршрут [5]. Создание экспозиционных помещений с образцами ископаемых растений и животных привлекло бы значительное число не только туристов, проживающих в Пермском крае, но и посетителей из других регионов и стран.

Примером создания тематического палеонтологического парка можно считать действующий «Парк пермского периода» в г. Очер [7]. Здесь установлены уменьшенные копии фигур вымерших ящеров, найденных близ города на знаменитом Ежовском местонахождении. Информационные щиты, установленные рядом со скульптурами, рассказывают о древних животных и о пермском периоде в истории Земли.

Уникальное географическое положение Пермского края с большими площадями эталонных отложений пермского возраста, знаменитые местонахождения останков древних растений и животных, уникальные палеонтологические коллекции древних обитателей пермского периода геологического прошлого планеты создают благоприятные

возможности для развития в регионе одного из интереснейших (для самых разных возрастных категорий) в познавательном плане видов туризма – палеонтологического. В концепции развития туризма в Пермском крае данное направление может стать весьма перспективным.

Библиографический список

1. *Бондарев А.А., Демешко В.Н.* Палеонтология в современном туризме // Вестник Омского государственного педагогического университета: электронный научный журнал. Вып. 2006 г. URL: <http://www.omsk.edu/article/vestnik-omgpu-38.pdf> (дата обращения: 25.06.2015).
2. Геологические памятники Пермского края: Энциклопедия /под общей ред. И.И. Чайковского. Пермь: Книжная площадь, 2009. URL: <http://www.mi-perm.ru/pk/pale.htm> (дата обращения: 27.06.2015)
3. *Михалев В.* Музей пермских древностей // Города и села // Наш Урал. URL: http://nashural.ru/Goroda_i_sela/muzei-permskih-drevnostey.htm (дата обращения: 04.07.2015).
4. Музей Пермских древностей // Пермский краеведческий музей. URL: <http://www.museum.perm.ru/filiali/muzei-permskih-drevnostey> (дата обращения: 02.07.2015).
5. *Наговицын А.В.* Пермская геологическая система как туристский ресурс // География и туризм: сб. науч. тр. / Перм. ун-т. Пермь. 2006. Вып. 2. С. 168-175.
6. *Ожигибеов В.П.* Пермский конгресс: Музей Пермской системы в образовательных, просветительских и природоохранных программах // Некоммерческое партнерство «Пермский период». URL: <http://www.paleo.perm.ru/USERFILES/File/congr.pdf> (дата обращения: 05.07.2015).
7. *Распопов П.* Очер и парк пермского периода // Города и села // Наш Урал. URL: http://nashural.ru/Goroda_i_sela/ocher.htm (дата обращения: 07.07.2015).

DEVELOPMENT OPPORTUNITIES OF PALEONTOLOGICAL TOURISM IN THE PERMSKY KRAI

V.P. Raskovalov

The Perm State National Research University,
614990, Perm, street Bukirev, 15, e-mail: v.p.raskovalov@gmail.com

In article the development opportunities of paleontological tourism in the Permsky Krai are considered. The main components of the development potential of a paleotourism in the region are revealed, and their description is presented. The list of the main paleontological nature monuments of the Permsky Krai as a tourism objectsf is resulted.

Key words: paleontological tourism, the Permian geological system, the Permian period, paleontological nature monuments, paleontological finds locations, museums, the Permsky Krai.

ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ МАЛЫХ ОЗЕР ГОРНОЙ АДЫГЕИ

Д.А. Рубан, П.П. Заяц

Южный федеральный университет

344019, г. Ростов-на-Дону, ул. 23-я линия, 43, e-mail: ruban-d@mail.ru

Малые озера входят в число природных объектов, определяющих богатство туристского потенциала Горной Адыгеи – важной дестинации Юга России. Визуальное обследование естественного озера у подножья г. Оштен и искусственного озера в урочище Партизанская поляна позволило определить те их параметры, которые влияют на эстетическую привлекательность. В обоих случаях к числу таковых относятся небольшой размер и правильная форма. Антропогенное происхождение одного из озер не должно оказывать влияния на воспринимаемую туристами аутентичность, т.к. сделать заключение о генезисе достаточно сложно. Создание туристской инфраструктуры на участках расположения озер и увеличение туристского потока могут негативно сказаться на их эстетической привлекательности.

Ключевые слова: Горная Адыгея; Кавказ; малые озера; туристский потенциал; эстетическая привлекательность.

Горная Адыгея является одной из наиболее значимых туристских дестинаций Юга России и постепенно приобретает также федеральное и международное значение. Богатство ее природных ресурсов, включая специфический рельеф, климат, водные объекты, растительный и животный мир [1, 3], привлекают сюда большое количество посетителей из равнинной части Республики Адыгеи, Краснодарского и Ставропольского краев, Ростовской области, г. Москвы и других регионов. Потенциал для развития в этой дестинации различных видов природного туризма (в т.ч. геологического и экологического) действительно велик, хотя его освоение еще только начинается [2]. Стоит также отметить, что дорожное строительство в последние годы обеспечило свободный доступ к новым и подчас действительно уникальным природным объектам Горной Адыгеи, в особенности тем, что расположены на периферии Лагонакского нагорья.

Одним из типов природных объектов на территории Горной Адыгеи являются малые озера, имеющие ледниковое, карстовое, антропогенное и иное происхождение. В частности, они концентрируются в пределах Лагонакского нагорья и вдоль его юго-восточной периферии [1, 3]. Хотя некоторые из них, несомненно, представляют определенный интерес для рекреационных целей (пляжный отдых и купание), большая их часть должна привлечь внимание туристов по эстетическим соображениям. Такая ситуация представляется обычной для

многих озер мира (например, [5]).

В 2012 г. и 2014 г. авторами в ходе комплексных полевых работ было предпринято визуальное обследование двух малых озер Горной Адыгеи (оба безымянны) с целью изучения их эстетической привлекательности. При этом использовались критерии красоты туристских объектов, суммированные в работе [4]. К их числу относятся масштаб, возраст дестинационного объекта и посетителей, условия, звук, баланс, разнообразие, новизна дестинации, форма, уникальность. Для каждого озера выявлялись те отвечающие вышеперечисленным критериям параметры, которые потенциально делают его эстетически привлекательным. Результаты этого исследования излагаются в настоящей работе.

Первое из изученных малых озер располагается на высоте более 1500 м у подножья г. Оштен (вблизи Гузерипльского перевала) на юго-восточной периферии Лагонакского нагорья (Рис. 1).

Вдоль него проходит популярный туристский маршрут, ведущий от поселка Гузерипль через несколько горных перевалов к Черноморскому побережью. Озеро активно посещается (летом) как туристами, следующими по указанному маршруту, так и «обычными» отдыхающими, совершающими сравнительно непродолжительные прогулки по тропе между тупиком автомобильной дороги и Гузерипльским перевалом в выходные и праздничные дни. Озеро естественное (более детально установить его происхождение пока что сложно), его диаметр измеряется первыми метрами. Обращает на себя внимание его исключительно правильная, круглая форма. Вполне очевидно, что именно эти параметры (размер и форма) должны иметь решающее значение для суждения об эстетической уникальности этого озера. Очень небольшой размер озера в сравнении грандиозностью расположенных в непосредственной близости от него горных вершин обращает на себя внимание и может трактоваться туристами как проявление своего рода "хрупкости" природы Западного Кавказа. Правильность формы озера, расположенного в пересеченной местности с неравномерным распределением растительного покрова и отсутствием видимой регулярности, должна быть для посетителей совершенно «неожиданной». Туристу достаточно легко осознать аутентичность данного объекта, что при его малом размере и правильной форме, может привлечь к нему дополнительное внимание, т.к. обычный природный объект в контексте ландшафтов Западного Кавказа вряд ли представляется столь малым и правильным.



Рис. 1. Озеро у подножья г. Оштен.

Второе изученное озеро располагается на высоте порядка 1000 м в урочище Партизанская поляна и огибается автомобильной дорогой, ведущей из поселка Гузерипль (Рис. 2). Озеро хорошо доступно и активно посещается многочисленными туристами (многие едут в урочище целенаправленно для отдыха вблизи этого озера). В урочище создана туристская инфраструктура, по самому озеру возможно перемещение на плавсредствах.



Рис. 2. Озеро в урочище Партизанская поляна

Озеро искусственное, оно создано в верховьях отрицательной формы рельефа балочного типа. Однако судить о его происхождении возможно только после детального обследования, и, вероятно, это может сделать только специалист. Для неподготовленного посетителя это «типичное горное» озеро. Его диаметр измеряется первыми десятками метров. Форма достаточно правильная, округлая. Следовательно, раз-

мер и форма должны определять его эстетическую уникальность (по тем же соображениям, что и в предыдущем случае). Еще одним важным параметром является разнообразие ландшафта в месте расположения озера, а также панорамные виды, открывающиеся в двух направлениях с его берегов и прилегающей территории. Также туристы могут наблюдать живописный, поросшие хвойным лесом склоны гор. Уникальность урочища определяется также сравнительно частой встречаемостью здесь диких животных, включая медведей. Что касается аутентичности объекта, то, с одной стороны, она не вызывает сомнения (см. выше о трудности установления антропогенного генезиса озера). С другой стороны, объекты туристской инфраструктуры, по всей видимости, должны снижать эстетическую привлекательность озера: логично предполагать, что туристы ожидают от такого «природного» объекта предельной аутентичности, без следов какого-либо воздействия человека. При интенсивном движении автомобильного транспорта в выходные и праздничные дни возможно повышение уровня шума до неприемлемого с точки зрения туристов уровня и снижение воспринимаемой новизны дестинации.

Сказанное выше обозначает основные предпосылки эстетической привлекательности двух изученных малых озер Горной Адыгеи или т.н. «ожидаемую привлекательность». Фактическое же значение этой характеристики может быть установлено только в ходе специально организованных социологических исследований туристов, т.к. эстетическая привлекательность является составляющей перцептивного образа территории. Тем не менее, указанные предпосылки исключительно важны для того, чтобы, во-первых, грамотно формировать образ Горной Адыгеи, а, во-вторых, не допускать снижения эстетической привлекательности при туристском освоении природных ландшафтов. В случае с малыми озерами продвижение их в качестве туристских дестинаций требует акцентирование внимания потенциальных посетителей на их небольшом размере и правильной форме. Объекты туристской инфраструктуры на участках их расположения не должны быть избыточными.

Библиографический список

1. *Лозовой С.П.* Лагонакское нагорье. Краснодар: Краснодарское книжное издательство, 1984. 160с.
2. *Рубан Д.А.* Некоторые предпосылки развития экологического и геологического туризма в долине реки Белой (Горная Адыгея, Северо-Западный Кавказ) // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2014. № 1. С. 117-123.
3. *Тренет С.А.* Адыгея. Майкоп: Кубанское книжное издательство, 2011. 80с.
4. *Kirillova K., Fu X., Lehto X.* What makes a destination beautiful?

Dimensions of tourist aesthetic judgment // Tourism Management. 2014. Vol. 42. P. 282-293.

5. *Little J.I.* Scenic tourism on the northeastern borderland: Lake Memphremagog's steamboat excursions and resort hotels, 1850-1900 // Journal of Historical Geography. 2009. Vol. 35. P. 716-742.

AESTHETIC ATTRACTIVENESS OF SMALL LAKES IN MOUNTAINOUS ADY-GEJA

D.A. Ruban, P.P. Zayats
Southern Federal University

344019, Rostov-on-Don, 23-jia linija Street, 43, e-mail: ruban-d@mail.ru

Small lakes are among natural objects that determine the richness of the tourism potential of Mountainous Adygeja, which is an important destination in the South of Russia. Visual surveying of the natural lake at the toe of the Oshten Mountain and the artificial lake in the Partisan Glade locality permitted to indicate those parameters that influence on the aesthetic attractiveness. In the both cases, these parameters are small size and regular form. Anthropogenic nature of one lake should not affect authenticity perceived by tourists because to conclude about the genesis is rather difficult. Development of tourism infrastructure on the land plots, where these lakes are located, and increase in tourist flow may influence negatively on their aesthetic attractiveness.

Key words: Mountainous Adygeja; Caucasus; small lakes; tourist potential; aesthetic attractiveness.

УДК 338.48 (470.34)

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ-УЧАСТНИКОВ КЛАСТЕРА «БОЛЬШАЯ ВОЛГА»

В.П. Рукомойникова

Поволжский государственный технологический университет,

e-mail: rukomvera@mail.ru

В статье проведен анализ динамики туристского потенциала регионов-участников кластера «Большая Волга» за 2011-2013 гг. с опорой на экспертное мнение. Проведен анализ доходности сферы туризма регионов-участников кластера с использованием статистических данных, представленных Российской туристической ассоциацией и Федеральной государственной службой статистики РФ по категориям доходности от платных туристских услуги, от сферы услуг гостеприимства и предприятий общественного питания. На основе проведенного анализа построены диаграммы, демонстрирующие дифференциацию регионов Приволжья по степени использования туристского потенциала.

Ключевые слова: туристский потенциал, туристский кластер, инфраструктура туризма, индикаторы эффективности.

«Большая Волга» является совместным крупным инвестиционным проектом в туристско-рекреационной сфере Приволжья. Кластер включен в Федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и

въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)». Использование ресурсов особо охраняемых природных территорий, расположенных на берегах рек Волга и Кама, в межрегиональный кластер предполагает стать дополнительным стимулом для развития круизного туризма в округе. Информация о потенциале нового кластер вокруг Волги и Камы распространяется через единое информационное пространство туристских организаций Приволжья. Новый межрегиональный маршрут строится не на традиционной для России тематике храмов, которая уже использована в кластерах Золотого и Серебряного кольца, а вокруг древних памятников истории и культуры Бронзового века, то есть вокруг так называемого «Бронзового кольца». Инновационный кластер еще очень молодой и не в полной мере раскрыл свой потенциал соглашения о сотрудничестве в сфере туризма, которое подписали восемь субъектов России. Участниками межрегионального туристского кластера стали Самарской, Нижегородской, Ульяновской, Саратовской, Пензенской областями, Чувашской Республикой, республиками Татарстан и Марий Эл¹. Впервые официальная презентация этого соглашения состоялась в июне 2011 года. При поддержке Федерального агентства по туризму был организован пресс-тур по волжским городам, ставший основой для реализации нескольких бизнес-проектов, направленных на развитие туризма на Волге. Среди них – выпуск совместной рекламно-полиграфической продукции, создание единого стенда под брендом «Великая Волга» на выставке «Интурмаркет».

На примере регионов Приволжского федерального округа, участвующих в кластере «Большая Волга», проанализируем использование их туристского потенциала². Исходными данными для анализа будут являться экспертные оценки потенциала территории в сфере туризма, а также статистические данные, представленные на региональном и общероссийском уровнях. В частности, наиболее авторитетным рейтинговым агентством на российском уровне, ведущим учет туристского потенциала регионов на протяжении десяти лет, является российское рейтинговое агентство «Эксперт-РА» [1]. Что касается статистических данных в сфере туризма, необходимых для сравнительной оценки, то можно воспользоваться сведениями, которые предоставляет Российская туристическая ассоциация и Федеральная государственная

¹ Великая Волга. [Электронный ресурс]. URL: <http://greatvolga.com/> (дата обращения 24.05.2015).

² Статья подготовлена в рамках проекта Министерства образования и науки РФ. Задание № 26.1378.2014/К на выполнение научно-исследовательской работы в рамках проектной части государственного задания в сфере научной деятельности.

служба статистики РФ по категориям доходности от платных туристских услуги и от сферы услуг гостеприимства и предприятий общественного питания, а также по категориям объем номерного фонда и количество туристских прибытий и размещений российских и иностранных граждан.

В состав туристского потенциала, согласно критериям экспертов из «Эксперт-РА», входят четыре параметра: природно-рекреационный, историко-культурный комплексы, развитость сети размещения туристов и мест развлечения. Если первые два параметра являются поводами для посещения туристами региона, то вторые – условиями для того, чтобы туристы задержались в регионе и потратили отложенные для этого случая деньги. По мнению экспертов, только оптимальное сочетание и пропорциональное развитие этих двух элементов туризма может сделать туристскую дестинацию притягательной для путешественников.

Таблица 1

Динамика туристского потенциала регионов кластера «Большая Волга»

Регион	Ранг туристского потенциала по оценке «Эксперт-РА»								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Республика Татарстан	7	6	5	6	7	6	5	6	6
Нижегородская область	11	12	17	15	9	10	12	12	11
Самарская область	15	21	26	29	23	21	17	16	15
Саратовская область	23	26	31	31	34	25	27	26	26
Чувашская Республика	52	54	47	48	49	41	46	46	45
Пензенская область	36	38	40	43	62	55	55	54	54
Ульяновская область	40	44	53	50	64	54	61	63	66
Республика Марий Эл	64	66	67	69	68	71	70	70	71

Количество субъектов РФ колебалось от 88 в 2005 г. до 83 в 2013 г. Согласно оценке «Эксперт-РА», наилучшие показатели регионов соответствуют наименьшим значениям рангов. На протяжении девяти лет составления рейтинга распределение мест лидеров довольно стабильно. Верхние строчки рейтинга оставляют за собой регионы-лидеры Республика Татарстан, Нижегородская область и Самарская область. Во вторую группу со средним туристским потенциалом входят Саратовская область и Чувашская Республика. В третью группу с низким туристским потенциалом попадают Пензенская и Ульяновская области, Республика Марий Эл.

Оценим, в какой степени усиливается разделение субъектов Приволжья по туристской привлекательности. Ухудшение показателей за последние пять лет демонстрируют следующие регионы: Саратовская область на три, Республика Марий Эл упала на семь, Пензенская область на восемнадцать, наибольшие потери у Ульяновской области –

минус двадцать шесть пунктов в ранге туристского потенциала. Причины ухудшение состояния природно-рекреационной среды, отсутствие должного внимания к историко-культурным комплексам, к развитию туристской инфраструктуры.

Улучшили свою позицию за пять лет следующие регионы: Республика Татарстан на один пункт, Чувашия поднялась на семь пунктов. Как показывает практика, на улучшение ситуации в первую очередь влияют: проведение громких событийных мероприятий, строительство новых мест отдыха и развлечения туристов, развитие сети размещения в регионах.

Одним из важных индикаторов оценки результатов развития кластера являются показатели доходности сферы. Вопрос своевременного доступа к статистическим данным в сфере туризма поднимался неоднократно. Не так давно Ростуризм отреагировал на запросы экспертов и выложил сводные данные за пять лет по категориям: прием и размещение туристов, объем платных туристских услуг. Воспользуемся данными, представленными на сайте Ростуризма, за последние пять лет³. По объему оказанных платных туристских услуг лидируют Нижегородская область, Республика Татарстан и Самарская область. Объем платных туристских услуг за пять лет представлен в таблице 2.

Таблица 2

Объем платных туристских услуг регионов «Большая Волга», млн. рублей

Регион	2011	2012	2013
Нижегородская область	2731	3866	5634
Республика Татарстан	1509	1932	2313
Самарская область	1447	1624	1832
Саратовская область	1474	1408	1453
Ульяновская область	700	996	1305
Пензенская область	446	590	719
Республика Марий Эл	431	573	700
Чувашская Республика	542	596	691

Анализ динамики доходности туристских услуг за годы существования кластера показывает, в 2012 г. значительно улучшили показатели доходности ряд областей: Нижегородская, Ульяновская области на 42%, Пензенская область и Республика Марий Эл на 33%, Республика Татарстан на 28%. В 2013 г. серьезный темп роста показателя платных туристских услуг заявили следующие регионы: Нижегородская область на 46%, Ульяновская область на 31%. Не показали столь

³ Здесь и далее приводятся данные с сайта Ростуризма. Сводные статистические данные за 5 лет (с 2009 по 2013 гг.) по субъектам Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.russiatourism.ru/content/8/section/81/detail/4124/> (дата обращения 15.01.2015).

значительной динамики в 2013 году, но тем не менее были в плюсе: Самарская область на 13%, Саратовская область на 3%.

Другая статья доходной части туризма – это сфера услуг гостеприимства и предприятий общественного питания. Статистика, представленная сайтом Федеральной службы государственной статистики⁴, приведена ниже в Таблице 3.

Таблица 3

Оборот по доходам от гостиниц и ресторанов участников кластера «Большая Волга», млрд руб.

Регион ПФО	2011	2012	2013	2014
Республика Татарстан	18,8	19,7	22,8	22,4
Нижегородская область	12,4	14,5	17,4	20
Самарская область	14	11,9	12,8	13,7
Чувашская Республика	3	4,1	5,7	5,9
Саратовская область	3,8	4,5	4,6	4,9
Ульяновская область	3	2,6	3,2	3,2
Пензенская область	3,3	3	3	3,1
Республика Марий Эл	2,1	2,3	2,5	2,8

Лидеры по доходам от гостиниц и ресторанов – это Республика Татарстан, Нижегородская и Самарская области. Если для первых трех субъектов данной группы 2013 год был удачнее, чем 2014 год, то Нижегородская и Самарская области, наоборот, были в плюсе и в 2014 году. Соотнесем ранг туристического потенциала и ранг доходов регионов-участников кластера «Большая Волга».

Таблица 4

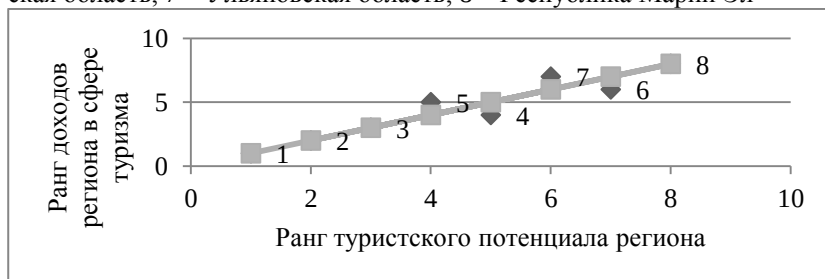
Анализ использования туристического потенциала регионами-участниками кластера «Великая Волга»

<i>Регион ПФО</i>	<i>Ранг туристического потенциала региона</i>	<i>Ранг доходов</i>
-------------------	---	---------------------

⁴ Федеральная служба государственной статистики Оборот по доходам от гостиниц и ресторанов Приволжского округа. [Электронный ресурс]. URL: <http://maristat.mari.ru/scripts/dbdpfoInet/DBInet.cgi> (дата обращения 29.05.2015).

Республика Татарстан	1	1
Чувашская Республика	5	4
Нижегородская область	2	2
Пензенская область	6	7
Самарская область	3	3
Ульяновская область	7	6
Республика Марий Эл	8	8
Саратовская область	4	5

Представленная ниже карта позиционирования распределяет регионы на группы в зависимости от соотношения ранга доходов региона в сфере туризма и ранга туристического потенциала региона. На рисунке 1 цифрами обозначены области по рангу туристского потенциала: 1 – Татарстан; 2 – Нижегородская область; 3 – Самарская область; 4 – Саратовская область; 5 – Чувашская Республика; 6 – Пензенская область; 7 – Ульяновская область; 8 – Республика Марий Эл



Использование туристического потенциала регионами-участниками кластера «Великая Волга»

Регионы, координаты которых находятся ниже диагонали (на которой ранги соответствуют друг другу), можно считать субъектами, не в полной мере использующими свой туристический потенциал Ульяновская область и Республика Чувашия. Это является одним из факторов, препятствующих росту туристической привлекательности этих территорий, и требует проведения комплекса мероприятий по улучшению условий, которые сложились в регионе для инвесторов и предпринимателей. В Пензенской и Саратовской областях уровень доходов на один пункт выше уровня туристического потенциала. В республиках Татарстан и Марий Эл, а также в Нижегородской и Самарской областях ранги доходов и потенциала соответствуют друг другу, что свидетельствует о достаточно высокой степени реализации потенциала данных территорий.

Библиографический список

1. Инвестиционные рейтинги регионов России [Электронный ресурс]. URL: http://raexpert.ru/rankings/#r_1108 (дата обращения 15.01.2015).

2. Межрегиональная туристская ассоциация «Открой Приволжье». [Электронный ресурс]. URL: www.open-volga.ru (дата обращения 15.01.2015).

3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года Распоряжение от 31 мая 2014 года №941-р. [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/12933/> (дата обращения 15.01.2015).

4. Федеральная целевая программа Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2016 годы). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.programs-gov.ru/razvitieturizma> (дата обращения 15.01.2015).

USING THE TOURISM POTENTIAL OF THE PARTICIPATING REGIONS CLUSTER "BIG VOLGA"

V. Rukomojnikova

Volga State University of Technology, rukomvera@mail.ru

The article analyzes the dynamics of the tourism potential of the regions participating cluster "Big Volga" for the 2011-2013 based on expert opinion. The analysis of the profitability of tourism regions participating in the cluster using the statistical data submitted by the Russian Tourist Association and the Federal State Statistics Service of the Russian Federation on the profitability of the categories of paid tourist services and on services of hospitality and catering. Based on the analysis we built graphs showing differentiation Volga regions of utilization of tourist potential.

Key words: tourism potential, tourism cluster, tourism infrastructure, performance indicators.

УДК 796.5:159.923

ВЛИЯНИЕ УСЛОВИЙ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРА ПО РЕКЕ ЧУСОВОЙ НА ПСИХО-ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТОВ

А.В. Савиновская, Т.Н. Третьякова, Ю.Д. Кирюшкина
Южно-Уральский государственный университет,
454080, г. Челябинск, ул. пр. Ленина, 76, e-mail: decanat@bk.ru
Уральский государственный университет физической культуры
454091, г. Челябинск, ул. Российская д. 258.

В статье анализируются результаты изменения психо-эмоционального состояния туристов в условиях спортивно-оздоровительного тура по реке Чусовая. Описаны основные понятия туризма, проанализирована литература, касающаяся оценки состояния туристов, предлагается способ оценки состояния туристов в спортивно-оздоровительного тура.

Ключевые слова: туризм; психо-эмоциональное состояние, Чусовая.

Человечеству на всем протяжении многовековой истории было свойственно стремление познавать окружающий мир. Этому всегда содействовало временное передвижение или перемещение человека в иную страну, континент или местность отличные от его обычного места проживания, именуемое туризмом.

Характерной особенностью становления туризма в России является, то, что наряду с развитием классического варианта путешествий, совершаемых для отдыха и самообразования, родилось и стало массовым направление спортивного туризма, в 1949 г. он был введен в Единую Всесоюзную спортивную классификацию. Технология функционирования спортивно-оздоровительного туризма рассматривается, через процесс движения человека из искусственной городской среды в природную.

Наряду с существующей системой развития спортивно-оздоровительного туризма активный туризм также вошел в сферу коммерческого туризма, где организацией спортивно-оздоровительных туров занимаются туристские фирмы. В эту нишу туристского бизнеса входят все новые операторы, расширяется география и специфика активных видов туризма, проводятся выставки, посвященные специализированному туризму. Широка география предлагаемых туров: озеро Байкал, Кавказ, Карелия, Алтай, Крым, Камчатка, Урал. Предлагаются маршруты по различным видам отдыха – водные сплавы, пеше-горные походы, велосипедные, конные, треккинг, лыжные туры, собачьи упряжки и др.

Достижение медицины, охрана труда и пропаганда санитарно-гигиенических знаний привели к увеличению общей продолжительности жизни в развитых странах. Однако технический прогресс создал предпосылки для распространения ряда «болезней личности», возникающих под влиянием недостаточной физической активности, нервного напряжения, загрязненности городского воздуха, чрезмерного шума.

Одним из направлений предупреждения болезней является повышение сопротивляемости организма, улучшение адаптации к неблагоприятным условиям внешней среды, которые лавиной обрушиваются на современного человека. Адаптация является единственным средством, которое помогает выжить и сохранить здоровье в современном изменчивом мире. Борьба с психо-эмоциональными нарушениями – неврозом играет важнейшую роль в этом процессе. Неврозу можно противопоставить регулярные тренирующие нагрузки, сближение с природой, смену отрицательных эмоций, нередко доминирующих на производстве, в быту, в транспорте, на положительные. Источником положительных эмоций является общение в коллективе неформального типа, связанном единой целью, спаянном дружбой. Положительные эмоции вызывают прилив сил и энергии, которые могут реализоваться в сфере производственной деятельности, значительно повышая эффективность труда. Все эти факторы сочетаются в активном туризме. Путешествия активными способами: пешком, на байдарке, на лыжах, на велосипеде являются важнейшими стимуляторами улучшения здоровья [1].

Туризм является уникальным средством рекреации и реабилитации для людей с проблемами здоровья, так как его функции соответствуют реабилитационным задачам, включают различные механизмы адаптации и самоадаптации, при условии активного участия в процессе самого реабилитируемого, увеличивают продолжительность жизни.

Считается, что туризм положительно влияет на оздоровление человека, но как и каким образом это происходит в условиях водного туризма – пока еще научно не доказано. Не изучены вопросы психо-эмоционального воздействия туризма, а также вопросы изменения физического состояния человека в условиях водного туризма.

Основная **гипотеза** исследования – состояние туристов в условиях водных туров в регионе будет демонстрировать положительную динамику при условии правильно составленной программы туристского обслуживания, включающей дозированное экскурсионное обслуживание, организацию оптимального функционального питания и размещения, качества экскурсионного обслуживания, обеспечивающего

повышение жизнестойкости организма, восстановление жизненных сил и работоспособности

Цель – выявить изменения психолого-эмоционального состояния у туристов в условиях некатегорийного сплава по реке Чусовая для разработки физиологически обоснованной системы проектирования водных туров в условиях регионального туризма. **Объект** исследования – турист, как субъект физиологических исследований в условиях водных туров. **Предмет** исследования – психолого-эмоциональное воздействие программы водного тура по реке Чусовая на психолого-эмоциональное состояние туристской группы.

В соответствии с поставленной целью и выдвинутой гипотезой сформулированы следующие **задачи** исследования:

- изучить состояние исследуемой проблемы в теории и практике туризма и физиологии человека, определить перспективные подходы к ее решению, уточнить понятийный аппарат исследования;

- изучить и выбрать методики для проведения опытно-экспериментальной работы;

- определить и провести комплекс практических исследований по изменению давления и пульса туристов в период проведения водных туров, оценить уровень тревоги и депрессии до начала сплава и после сплава, проанализировать самооценку эмоциональных состояний человека по каждому дню тура;

- провести сравнительный анализ изменения показателей у туристов с различными режимами и содержанием тура.

В нашем исследовании нас интересовало, насколько в существующих водных турах по реке Чусовая соблюдаются принципы дозированных нагрузок в программах туристского обслуживания, способствующих удовлетворению потребностей организма в отдыхе (сон), питании, получении новых знаний, впечатлений, эмоций и пр.

Благодаря проведенным наблюдениям и обработанным данным за туристами во время сплава по реке Чусовая были выявлены положительные изменения в психо-эмоциональном состоянии группы туристов.

Оценка психо-эмоционального состояния туристов проводилась по изменению давления и пульса туристов в период проведения водных туров, оценке уровня тревоги и депрессии до начала сплава и после сплава, анализу самооценки эмоциональных состояний человека по каждому дню тура туриста в условиях водного тура, по Уралу, а именно – сплав по реке Чусовая в июле 2015 г.

Водный туризм – это такой вид путешествий, при котором отдых происходит на воде, с использованием лодок, байдарок, катамаранов.

нов, и прочих плавсредств. Это путешествия по рекам, водохранилищам и озерам на судах, которые принято считать туристическими.

Сплавы по рекам – это настоящее приключение, это возможность побывать в красивых, неисхоженных местах, где нет дорог, и куда попасть можно исключительно по воде. Созданное чудотворной силой природы водное царство – удивительный и одновременно опасный мир, а сплав по реке – отличный способ испытать себя. Водный туризм – это яркие и незабываемые моменты, здоровье, приятные знакомства. Интереснейшие, полные эмоций сплавы по рекам, пожалуй, самое популярное направление активного отдыха.

Сплав на катамаране объединяет людей, это прекрасный способ для сплочения любой команды, так как для уверенного движения катамарана необходима слаженная работа всех участников сплава. Водный поход сам по себе является командообразующим тренингом. Совместное преодоление препятствий, романтический походный быт, красота окружающей природы гармонизируют, укрепляют и отношения между людьми.

Река Чусовая – одна из красивейших рек Урала. Причудливые береговые скалы, быстрые перекаты, тихие плесы, дремучие леса, солнечные покосы, маленькие деревеньки сопровождают путешественников, плывущих по реке. «Разрезая» горный хребет Урала, Чусовая несет свои воды из Азии в Европу, впадая в Каму на территории Пермского края. Сплавы по Чусовой очень популярны среди туристов Челябинска и Екатеринбурга. Схема водного маршрута по реке Чусовой разделена на участки, с отметками и описаниями знаковых географических, исторических объектов и населенных пунктов.

В исследовании приняли участие 19 человек. Ежедневно во время тура утром и вечером у туристов измеряли артериальное давление и пульс, на основе шкалы HADS оценивался уровень тревоги и депрессии [2], проведена оценка эмоционального состояния туристов на основе методики А. Уэссман и Д. Рикс [3]. Интегральный показатель данной методики более чувствителен к состоянию психической дезадаптации, чем к состоянию адаптации [3]. Результаты исследования подтвердили возможность проведения исследований в области влияния водного тура на изменение психолого-эмоционального состояния туристов. Средний возраст участников сплава составил 21 год. При этом средний возраст у женщин составлял 19–31 года, у мужчин – 20–21 года, соответственно.

Рассмотрим, как изменялись показатели тревоги и депрессии до и после сплава у участников (Рис. 1):



Рис. 1. Динамика уровня тревоги и депрессии участников сплава по реке Чусовая

Все показатели имеют среднее значение входящее в оптимальный предел оценки тревоги и депрессии. Показатели вошли в шкалу от 0 до 7, что говорит об отсутствии достоверных выраженных симптомов тревоги и депрессии в группе участников сплава.

Рассмотрим, как изменялись показатели тревоги и депрессии до и после сплава у участников (Рис. 2):

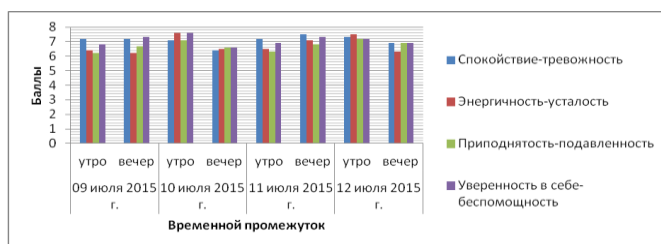


Рис.2. Динамика самооценки эмоционального состояния у участников сплава по реке Чусовая

Исходя из обработанных данных, можно сказать, что среднее значение показателей самооценки эмоционального состояния группы высоко.

- Шкала «Спокойствие-тревожность» – характеризует группу как уравновешенную, терпеливую и благоразумную.

- Шкала «Энергичность-усталость» – расценивает группу как инициативную и предприимчивую.

- Шкала «Приподнятость-подавленность» – характеризует группу как здоровую и энергичную.

- Шкала «Уверенность в себе-чувство беспомощности» – оценивается как решительная и работоспособная группа.

Таким образом, исследование показало, что в результате сплава по реке Чусовая водного тура в организме туристов происходят незначительные отклонения. Артериальное давление и пульс как у мужчин,

так и у женщин остаются в пределах нормы и соответствуют нормальному состоянию на всем протяжении тура.

Уровень тревоги и депрессии и показатели самооценки эмоционального состояния у группы туристов вошли в установленный предел и находятся на высоком уровне, что говорит о благоприятном и положительном воздействии тура на организм человека.

Систематические занятия спортивно-оздоровительным туризмом благотворно влияют на исследуемые психофизиологические показатели основных систем организма человека, на функционирование всего организма в целом и, как следствие этого, на продолжительность жизни человека. Физическая культура в ее истинном, широком смысле, включая физические упражнения и закаливание, аутогенную тренировку и дыхательную гимнастику, туризм и массаж и использование природных факторов, полноценный сон и адекватное питание и, конечно, отказ от вредных привычек, в значительной степени действительно является основой здорового образа жизни, его движущей силой. Но основой, естественно, в личностно поведенческом смысле. Тот факт, что у людей 50–60 и более лет, ведущих здоровый, физически активный образ жизни, результаты функционального состояния могут быть такими же, как у 30–40-летних.

Почему это происходит? Дело в том, что двигательная активность, туризм, закаливание, дыхательные упражнения, массаж (само-массаж) стимулируют физическую работоспособность, формируют и мобилизуют защитные силы организма, способствуют его адаптации к внешней среде, тем самым отодвигая рубеж болезней, вызванных старением. В конечном итоге продлевают активную жизнь человека.

Каждый человек имеет большие возможности для укрепления и поддержания своего здоровья, для сохранения трудоспособности, физической активности и бодрости до глубокой старости. Статистика, исследования, наблюдения, да и просто здравый смысл свидетельствуют о неопределимом положительном влиянии занятий оздоровительной физической культурой, туризмом на организм человека, и следовательно, на продолжительность человеческой жизни.

Библиографический список

1. Акудович Ю.В. Определение и развитие физических кондиций туриста / Ю.В.Акудович // Прогрессивные технологические процессы и методы обслуживания в туризме и экскурсиях: Бюллетень научно-технической информации. – М.: ЦРИБ «Турист», 1990. С.28–34.
2. Гайда В.К. Психологическое тестирование / В.К. Гайда, В.П. Захаров. Л.:1982. 357 с

3. <http://onlinetestpad.com/ru-ru/TestView/Oprosnik-SAN-samochuvstvie-aktivnost-nastroenie-810/Default.aspx>

THE INFLUENCE OF THE CONDITIONS OF A SPORTS TOUR DOWN THE RIVER CHUSOVAYA TO THE PSYCHO-EMOTIONAL STATE OF TOURISTS

A. V. Savinov, T. N. Tretyakova, Y. D. Kiryushkin
Fsbei HPE «South Ural state University»,
454080, Chelyabinsk, Lenina str., 76, e-mail: decanat@bk.ru
Ural state University of physical culture
454091, Chelyabinsk, ul. Russian D. 258

The article analyzes the changes in the psycho-emotional state of tourists in terms of a sports tour on the river Chusovaya. Describes the basic concepts of tourism, analyzed the literature concerning the assessment of the status of tourists, it is proposed a method for the assessment of tourists in the sports tour.

Keywords: a truism; the psycho-emotional state, Chusovaya

УДК 796.4:004

ПРОБЛЕМА ИНФОРМАЦИОННОЙ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ В КОНТЕКСТЕ НОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ

А.А.Сафарян

Пермский государственный национальный исследовательский университет, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, e-mail: tourism@psu.ru

В статье рассматриваются тенденции в сфере туризма, по причине которых возникает проблема информационной обеспеченности туристов. Автор предлагает использование турпортала для ее решения.

Ключевые слова: самоорганизованный турист, путешественник, информационное обеспечение, турпортал, Армения.

Одно из самых важных изменений в сфере туризма – это увеличение количества туристских дестинаций и путешественников. Ввиду этих изменений возникает проблема информационной обеспеченности для туристов. Если в туристских регионах эта проблема связана с привлекательностью и доступностью информации, то в не туристских регионах вообще отсутствует информация о привлекательных объектах.

Актуальность темы обусловлена растущим количеством людей вовлеченных в сферу туризма. На сегодняшний день каждый 11 человек планеты прямым или косвенным образом работает на сферу туризма, а число международных туристов переходя черту одного миллиарда в 2012 г., продолжает расти и в 2014 г. составляет 1,133 млрд

человек. Положительная тенденция отмечена и в первой половине 2015 г., что влияет на все общее увеличение туристской карты мира[5].

Настоящая статья состоит из трех частей. В первой части подробно рассмотрена актуальность проблемы и возможные причины, после чего обсуждается сама проблема. В конце предложено решение данной проблемы с помощью применения туристского портала, на примере Республики Армения.

Среди журналистов, туристов и специалистов становится очень популярным разделение всех отдыхающих на две большие группы: туристы (tourists) и путешественники (travelers), в зависимости от вида отдыха, способа передвижения, места ночлега, поведение в дестинации, отношения к местному населению и местной культуре т.д. Что касается разделения этих двух понятий то туристская наука пока не готова поставить четкие границы между туристом и путешественником, но в общих чертах это различие состоит в следующем: путешественник человек который путешествует самостоятельно, и сам прокладывает себе маршрут, по сравнительно мало проходным местам. А туристами принято называть людей путешествующие во время организованного массового тура в туристские города, морские берега и т.д. У туристов с помощью туроператоров уже выбраны места их посещения, время проведения в каждом месте и все остальное. Чаще всего турист имеет дело с групповыми турами. Путешественник самостоятельно создаёт для себя карту путешествия.

«Турист не знает где он побывал, путешественник не знает куда он пойдет». Но на самом деле, если отойти от юмора цитаты, большинство путешественников, также как туроператор, планируют свои поездки, не очень тщательно. Можно сказать, что сфера туризма появилась благодаря путешественникам, ведь они первыми начали ездить в разные страны и города, места, где не ступала нога человека и распространять информацию об этих местах, после чего только открывалась возможность ехать в новые интересные места массам.

Рассмотрим некоторые на наш взгляд возможные причины увеличение количества путешественников и туристов, которые занимаются самоорганизацией своих туров. Во-первых, путешественниками можно считать бэкпэкеров, туристов на своих и арендованных машинах, мотоциклах, туристов-экстремалов, которые могут воспользоваться некоторыми услугами тур организации, но не целыми пакетами. Их количество растет во всем мире, что ни у кого не вызывает сомнения.

Во вторых очень популярной тенденцией стало раздробление отпускного времени в течение года. С помощью этого туристы могут отдыхать в разных местах в разные сезоны, и как правило они выби-

рают разные виды отдыха: если например в летный или зимний сезон выбирают пассивный отдых, то во время одного из путешествий происходящим осенью или весной активным (экстремальным) или же познавательным, которое с большой вероятностью может быть самостоятельно организованным с одной стороны для разнообразия, а с другой для экономии средств.

Хостелы и другие виды бюджетных гостиниц являются признаком роста количества самоорганизованных туристов. Например, по некоторым данным за последние два года (2013 г., 2014 г.) количество бюджетных гостиниц в Санкт-Петербурге увеличилось вдвое, а за последние 3 г. по всей России их ежегодный прирост составляет 10 %, а в Британии начиная с 2008 г. рынок бюджетных гостиниц увеличился на 35 % за год. Число членов интернациональной ассоциации хостелов составляет свыше 4000 по всему миру [4].

Еще одним показателем является огромная популярность групп в социальных сетях и интернет сервисов по поиску и бронированию домов для путешественников, что тоже является важным инструментом для организации своего тура. Например, самый популярный ресурс это «Эйрбизнби». Рост потребности этих заведений свидетельствует об увеличении количества самостоятельных путешественников.

Большое влияние на увеличение числа путешественников имеет масс-медиа, в которых пропагандируются путешествия в дикую природу или же погружение культуру и быт местного населения путем самоорганизованных туров. Ярким примером является авторский проект дизайнера и путешественника Артемия Лебедева под названием «ЭтноЭксп», где автор со своей командой посещает не очень популярные туристские регионы страны и города и пытается представить своей аудитории другую, не туристскую, истинную картину места. Данная программа имеет большую популярность и множество последователей, в которых автор призывает путешествовать самостоятельно для получения настоящих впечатлений.

Итак, если растет количество отдыхающих в нетуристских до недавнего времени местах, то естественно увеличивается спрос на туристскую информацию об этой территории. Кроме этого, быстрые темпы развития информационных технологий и увеличение количества информации в мировой сети создает двойную проблему: с одной стороны большое количество информации, а с другой ее достоверность.

Рассмотрим эти вопросы. Что мы имеем в виду, считая большое количество информации проблемой? Один из законов развития говорит о том, что количество превращается в качество. Сегодня о более

или менее аттрактивных объектах в мировой сети можно найти очень много информации. Это хорошо с одной стороны, а с другой стороны возникает проблема достоверности этих источников, поскольку сведения очень часто являются вымышленными, преувеличенными или противоречивыми. Часто они представляют собой ценность для конкретного объекта или места, но не характеризуют туристский комплекс страны или региона в целом [2] эту ситуацию в территориально общественных системах называет с одной стороны информационной «насыщенностью» а с другой информационным «голодом»

Создается впечатление что, в информационном веке это не должно быть проблемой, но на самом деле не всегда и не везде это так. Влияние информационных ресурсов имеет прямую связь с развитием туризма на территории, таким образом эта проблема имеет большое значение для туризма.

В этом контексте важно появление и существование такого вида информационного ресурса, который возможно бы способствовал полному информированию как о расположении аттрактивных объектов, дорог, троп и т.д. в посещаемой стране, так и сведения об объектах сферы обслуживания.

Для этих целей и выполнения подобных работ мы бы хотели рассмотреть турпортал (геопортал) с наличием интерактивной карты как новый универсальный тур ресурс. При этом карта должна являться основным достоинством турпортала.

Остановимся на этой теме подробнее: два типа основных информационных ресурсов влияют на развитие туризма. Если первый – это информация о конкретных объектах и местах, то второй связан с положением на географической карте [1], отношениями с соседями, при этом, скорее всего, на атласе мира так как интересов может оказаться много. Отсюда вывод: если хочешь выбрать или изучить место посещения, приходится рассматривать два комплекса информационных ресурсов. На наш взгляд таким универсальным инструментом может являться созданное в туристских целях с интерактивными картами туристский портал, на подобие знаменитых геопорталов, прелесть которого будет заключается в том, что предоставляется возможность изучить два комплекса информационных ресурсов одновременно. Турпортал представляет собой симбиоз карт и текстовой информации. Рассматривая карту, можно видеть аттрактивные объекты, и, при желании, непосредственно на карте изучать их информационное поле, создавая свой собственный маршрут. Несмотря на то, что в мировой сети содержится огромное количество разного рода данных, на самом деле ощущается недостаток достоверных, полноценных, комплексных

туристских сведений. Турпортал позволяет экономить время, создавая более четкое представление о регионе.

Для заинтересованных путешественников турпортал должен предоставить информацию не только об объектах, которые сегодня являются знаменитыми, но и обо всех тех, которые имеют значение для местного туризма или какое-то иное значение. Информация должна быть достоверной, поэтому будет правильно, если эта работа будет выполнена с помощью государственных учреждений. Полезность такой работы будет высокой. Как результат появится кадастр туристских объектов, основа дальнейшего мониторинга.

Для разных географических регионов требуются свои акценты. В создании турпотрала играют роль местные и региональные различия. Например, относительно малое значение будет иметь для равнинной степной территории слой рельефа и наоборот – важную для пляжей и горной местности. Слой исторических объектов будет иметь большую важность для территории с древней историей, а слой сервисных объектов для торгового региона (Сингапур, Дубай), или природный слой – для обширной территории, национального парка.

Из вышесказанного вытекает: во-первых, необходимо выявить развитые туристские направления региона, ресурсный потенциал и определить стратегические направления. После инвентаризации, кадастрирования объектов этих сфер и создания их картографических слоев следует перейти к решению других вопросов.

Карта должна иметь базовые слои – экологические, гидрологические, транспортные, и только после них – туристские инфраструктурные, архитектурные, природные и т.д.

Опыт таких туристских геопорталов в мире за последние 10 лет очень вырос, что говорит об их полезности. К сожалению пока только в западных странах такого вида ресурсы пользуются успехом. На постсоветском пространстве такого вида ресурсы или не имеют туристской ориентации, или ощущается их недоработка, неизученность туристской сферы региона, нехватка информации, отсутствие необходимых картографических слоев.

Примеры удачной работы в этом направлении – проект Американской географической асоциации и National geographic под названием mapguide в некоторых регионах США и на Балканах, а так же созданный портал Нарочинского национального парка в целях развития природного туризма в Белоруссии.

Попробуем представить обосновать для каких целей будет полезен туристский портал для Армении. В мировой сети содержится много информации об Армении по отдельным туристским параметрам

или основным достопримечательностям, однако нет необходимого ресурса, который представляет туристскую сферу страны в целом.

Армения страна небольшая по размерам территории и горная, она является очагом обитания человека с древнейших времен, что свидетельствует об огромном природном и историческом туристском потенциале. Почти во всех частях страны можно встретить свидетельства далекого прошлого. Одним из основных слоев должны быть слои рельефа и историко-культурных объектов. Таким образом, на небольшой территории концентрация туристских объектов должна быть достаточно большая, но, к сожалению, большинство из объектов мало где обозначено и продвинуто в маркетинговом отношении. Вследствие этого они выпадают из списка туристских объектов, которые можно посетить. Мы видим первым из этапов работ по созданию геопортала – нанесение на географическую карту всех туристских объектов, что позволит путешественникам владеть информацией обо всех достопримечательностях страны.

В стране основные аттрактивные объекты представлены в пиар кампаниях очень хорошо. Людям, которые заинтересовались страной, попадаются на глаза в первую очередь они. Такими являются монастыри Татев, Санаин, Ахпат, Гегард, Нораванк, Хор Вирап, Звартноц, замок Амберд, Эребуни, Города Ереван, Еджмиацин, Гюмр, Канатная дорога Крылья Татева, в общем счете около ста объектов. Однако, пройдя один раз по всем этим достопримечательностям, страна в сознании гостя как бы теряет свою таинственность. В реальности, эти достопримечательности предствояют лишь часть аттракций страны. По нашим расчетам в Армении есть по меньшей мере пять отличающихся друг от друга туристских районов. При чем они разделены как культурными, экономическими, физико-географическими особенностями, так и ментальными свойствами людей. С помощью турпортала можно будет показывать различия между регионами, благодаря чему убеждать туриста посетить каждый из этих регионов и провести некоторое время в каждом из них, для понимания местного колорита и природы. Автором был создан такой продукт как пилотная версия, который находится в процессе доработки, но доступен для просмотра [3].

Обобщая, можно сделать следующие выводы. В нашем информационном веке от количества и качества информации, протекающей через мировую сеть, в значительной мере зависит развитие сферы туризма в конкретных регионах и странах. Одним из инструментов для обработки, анализа и представления туристской информации в мировой сети является туристский портал с наличием интерактивной карты.

Такой инструмент очень важен для развития сферы туризма Республики Армения.

Библиографический список

1. Сафарян А.А. Оценка информационных туристских ресурсов Республики Армения// Вестник НАТ ном2(34). С. 38-41.
2. Шарыгин М.Д. Современные проблемы экономической и социальной географии: учеб. пособие//Перм. ун-т .- Пермь, 2008. 427 с.
3. Турпортал Республики Армения
<http://gispsu.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=4a13164c2d5a48069f6e632b44294e76> (дата обращения 12.08.2015).
4. Консалтинговая компания Maris|CBRE// Официальная страница <http://maris-spb.ru/> (дата обращения 11.08.2015).
5. UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition// June 2015 Available at <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416899>

TRAVELERS INFORMATION SUPPORT PROBLEM OF THE CONTEXT OF NEW TRENDS

A.A. Safaryan

Perm State University, 614990, Perm, street Bukireva, 15,

e-mail: turism@psu.ru

This article examines trends in the tourism sector because of which there is a problem of information provision of tourists. The author proposes to use the tourist portal for its decision.

Keywords: self-organized tourists, travelers, information support, tourist portal, Armenia.

УДК 379.85

АКТУАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Н.Д. Середа

Вологодский государственный университет

160000, г. Вологда, ул. Ленина, 15, e-mail: natsereda@yandex.ru

Целью данной статьи является анализ актуальных факторов и тенденций развития туризма в современных социально-экономических условиях. Актуальными тенденциями в сфере туризма, основанными на ряде факторов социографического, демографического, психологического и т.п. порядка, в настоящее время являются эволюция рекреационной мотивации, индивидуализация туристского предложения, диверсификация туристического продукта, поиск новых туристских направлений, создание / модификация видов и подвидов туризма, появление новых субъектов в данной сфере, формирование / расширение / трансформация потребительских аудиторий, дифференциация, специализация.

Ключевые слова: сфера туризма; актуальные факторы и тенденции развития туризма, эволюция рекреационной мотивации, индивидуализация туристского предложения, диверсификация в сфере туризма, субъекты в сфере туризма, потребительские аудитории в сфере туризма, дифференциация, специализация.

В современном мире туризм является одной из самых динамично развивающихся отраслей, позитивное воздействие которой на уровень социально-экономического развития многих государств в силу мультипликативности очевидно. Однако ключевым моментом является, что это отрасль, остро реагирующая на экономические, политические, социальные, коммуникационные/информационные изменения и научно-технические достижения в целом и предпочтения потребителей. В русле сервис-ориентированности общества и в интересах повышения уровня эффективности менеджмента и маркетинга сферы туризма следует учитывать еще более конкретные факторы общественной модификации: культурологического, социографического, демографического, психологического, технологического и т. п. порядка. Именно они позволяют точнее определять пути развития отрасли; в условиях жесткой конкуренции на всех уровнях и/или при неблагоприятных факторах экономического или политического плана результативность в сфере туризма непосредственно зависит от адекватности реагирования на эти факторы в организации бизнеса и государственной поддержки данной области, диверсификации услуг в ней, точности реакции субъектов на желания потребителей туристских услуг и характер спроса.

Выделим некоторые весьма актуальные, на наш взгляд, факторы и тенденции в сфере туризма в настоящее время, констатируем их комплексный характер и отметим, что в связи с особенностями социально-экономического развития того или иного государства они могут быть или проявленными в малой степени, или еще зреющими, однако перспективными.

В качестве одной из важных тенденций в сфере туризма следует определить эволюцию рекреационной мотивации, коррелирующую, с одной стороны, с таким социографическим фактором, как реализующиеся в современном обществе идеал жизни и представления о ее качестве как активной и здоровой, и с другой – с социально-экономическими возможностями этого. В связи с этим формируются/расширяются/трансформируются потребительские аудитории, образуются/модифицируются туристские направления, а также виды и подвиды туризма, в сфере туризма появляются/входят в нее новые субъекты.

Можно констатировать количественное и качественное расширение круга реальных и потенциальных потребителей туристических услуг. Исследователи уверенно говорят о сформировавшейся потребности большинства населения в туристических предложениях, поскольку все новые категории

населения, с одной стороны, получают финансовую возможность путешествовать, с другой – вносят туризм в свою систему жизненных ценностей. При этом, как отмечают специалисты в сфере маркетинга, в настоящее время потребители вообще и услуг в сфере туризма, в частности, существенно изменяют свое поведение на рынке, поскольку более информированы, более критично относятся к предлагаемым продуктам, будучи избалованными их обилием и разнообразием, более избирательны в отношении качества и соотношения «цена – качество».

При этом сегодня туристу нужна смена впечатлений, он ищет вдохновение для жизни и деятельности, самореализации и самоутверждения, получение нового опыта, умений и навыков; стремясь оторваться от повседневности, проявляет повышенный интерес к «духу места» («genius locus»), природным особенностям, специфике быта, нравов, культуры, ментальности других народов. Более того, уже для многих туристов значимой составляющей путешествия является его уникальность, для них туризм является своего рода коллекционированием – и даже коллекционированием со своей специализацией: для одних это как можно большее число регионов или стран, для других – культурно-исторических достопримечательностей, для третьих – природные объекты, для четвертых – неизведанные территории, для пятых – особые локусы («крайняя западная точка Европы» и т. п.).

Комплекс факторов обозначил следующую тенденцию в части потребительской аудитории в сфере туризма – нахождение в качестве перспективной людей, находящихся на пенсии, причем «старшего пенсионного возраста», увеличение числа которых фиксируется во всех индустриально и социально развитых странах. При этом, в отличие от занятой части населения, в комплексе мотивации которой значение путешествий определяется в большой степени их потенциалом для восстановления работоспособности, потеря которой связана с напряженным трудом, высоким темпом жизни, конкуренцией на рабочих местах, стрессами, туризм для данной аудитории – форма продления активного образа жизни, способ познания во многом нового для них современного мира в его динамике и многообразии, даже отрицание старения, доказательство адекватности и смысла существования.

Значимо и то обстоятельство, что для данной аудитории (как и для людей с ограниченными возможностями здоровья) нет жесткой привязки к путешествию летом – в период массовых отпусков (более того, они обычно заинтересованы в отдыхе в низкий сезон) или в праздничные дни. Они являются активными потребителями

культурно-познавательного, событийного, экологического, сельского (деревенский, агротуризм, кантри-туризм) видов туризма, «медленных путешествий» («slow travel»).

В то же время в контексте стремления к самореализации, расширению личной свободы, самообразования, познания мира, активного времяпрепровождения, физической деятельности для поддержания формы, заинтересованности в контактах и межкультурной коммуникации (в отличие от отдыха по системе «все включено», не предполагающей общения туристов с местным населением), желания испытать себя, участвовать в приключении, рисковать, вести необычный образ жизни у активной части путешествующих возрастает спрос на туристские продукты активного, эмпирического, экзотического, экстремального характера и одновременно по тем же мотивам – на потенциал культурно-познавательного, событийного, тематического, спортивного, сельского туризма, сочетание «пляжного» отдыха с насыщенной экскурсионной программой, сложные пешие, велосипедные, лодочные маршруты, проживание в походных и т. п. лагерях.

В связи с этим отметим также важное желание и той, и другой аудиторий туризма – получение физического, интеллектуального и духовного совершенствования в комплексе, что проявляется в сокращении расходов на дорогостоящие приобретения с одновременным увеличением их на отдых и оздоровление, а также в возрастании потребности в интенсификации путешествий (насыщении их экскурсиями и программами) и в мультитуризме (круизном туризме) – посещении в одном путешествии нескольких стран.

Вместе с тем об этой части потребителей можно говорить не только в контексте рекреационной мотивации, а также в связи с другими тенденциями: эти люди активно «уходят» из организованных туристов в тех, кто организует свои путешествия самостоятельно (сельфи-туризм), и именно для них характерна новая структура использования отпуска: изменение частоты и длительности туристских поездок, дробление отпускного периода, увеличение числа периодов отдыха в течение года, что приводит к увеличению потребности в нескольких в течение года коротких / непродолжительных путешествиях (от 2 до 14 дней), потребность получить туристический продукт, включающий в себя максимум впечатлений и удовольствий за минимальное время.

В связи с этим можно констатировать следующий актуальный момент в сфере туризма: при сохранении универсализации туристских предложений – усиление дифференциации спроса на услуги в сфере

туризма, увеличение спроса на специализированный туристский продукт, уровня притязаний на индивидуализацию туристского предложения, что, в свою очередь, является следствием поляризации туристических предпочтений, приводит к формированию наряду с массовым стандартизированным туризмом массового дифференцированного туризма и способствует углублению клиентоориентированности. Увеличивается социальная составляющая в совокупности искомых потребительских выгод: тип туристической поездки соответствует статусу потребителя услуг, индикаторам «модности». Повышение уровня качества сервиса и формирование адекватного соотношения цены и качества, сразу же ставшие конкурентными преимуществами, в настоящее время являются само собою разумеющимися и недостаточными. В современных условиях потребители услуг в сфере туризма все настойчивее требуют гарантий безопасности жизни и здоровья, минимизации разного рода рисков, включая финансовые, учета своей идентичности, все более чувствительны к экологической обстановке в месте пребывания.

Согласно опросу Amadeus-Tnooz, проведённому в декабре 2014 года, цены будут определяться требованиями туристов, совершающих покупки в онлайн-режиме, и зависеть от персональных предложений, обеспечения прозрачности ценообразования и качества обслуживания клиентов. Хотя социальные сети и помогают туристическим провайдерам связываться с заказчиками и обслуживать их, но сейчас это никак не влияет на стоимость услуг, более половины (54 %) респондентов ответили, что ценовая прозрачность для них – определяющий фактор при выборе туристической компании; при этом туристы готовы оплачивать реализацию индивидуальных запросов [см.: 3]. В связи с этим актуализируется предоставление круглосуточных линий телефонной помощи, приложений типа Travel Planners, Amadeus Personal Disruption Companion, Digital Assistant компании TUI Travel, гарантирующих индивидуальное консультирование и поддержку во время поездки в режиме 24/7, начиная от планирования и логистики, заканчивая помощью в чрезвычайных ситуациях, приложений, обеспечивающих геолокализацию туристов и подбор индивидуальных туристских программ исходя из их местонахождения, предоставление предпочтений в последующих путешествиях для обеспечения лояльности потребителя услуг.

Значимой современной тенденцией является количественное и качественное изменение субъектной базы в сфере туризма: с одной стороны, туроператоры организуют сети, создают филиалы, продают

франшизы, организуют представительства и партнерства, с другой – на туристский рынок активно приходят новые акторы, занимают свои позиции и предлагают или принципиально новые услуги, или основывают услуги на информатизации, создают комплексные сервисные пакеты, развивая тем самым отрасль. По оценкам специалистов, прямо или косвенно связаны с сферой туризма 32 отрасли, для субъектов которых в связи с поиском путей развития и повышения конкурентоспособности она является привлекательной для дополнительной деятельности, ориентированной на сельфи-туристов.

Так, имеют значительный опыт диверсификации услуг авиаперевозчики: бронируют / продают не только билеты, но и бронируют размещение в отелях, аренду автомобилей, предоставляют информацию о туристских продуктах и т. д. Данные авиаиндустрии показывают, что авиакомпании уже сегодня зарабатывают около 50 миллиардов долларов ежегодно, оказывая дополнительные услуги, причем, главным образом через канал прямого маркетинга; ещё 53 миллиарда долларов могут быть получены в течение следующих пяти лет, после внедрения стратегии универсального канала продаж, который и дальше будет содействовать распространению вспомогательных и иных дополнительных услуг. В исследовании «The Evolution of Airline Merchandising» также подчеркивается их огромный потенциал – более чем 130 миллиардов долларов дополнительного дохода получают авиакомпании, ведущие розничную торговлю. [см.: 3]. Банки также все более энергично предлагают услуги по приобретению билетов на транспорт, страховых полисов, оказывают другие услуги в организации самостоятельных путешествий.

К новым субъектам в сфере туризма можно отнести и специализированные консультативные сайты, на которых можно найти как профессиональные, так и личные комментарии по организации путешествий, и сайты-сервисы, представители которых берут на себя организацию индивидуальных туров или предлагают разработанные пакетные варианты, тем самым также подменяя привычных субъектов сферы туризма.

Новым субъектом в сфере туризма являются и индивидуальные гиды – знатоки страны, города, той местности, где они проживают, которые предлагают или только экскурсионное, или полное сопровождение туристов в месте нахождения на их языке.

Одновременно возможности Интернета способствуют тому, что сейчас без помощи традиционного субъекта в сфере туризма (турагента / туроператора) можно самостоятельно организовать путешествие. К настоящему времени имеется большое число интернет-

сервисов, причем, на рынке туристических услуг активно работают и мировые, и российские агрегаторы авиабилетов и мест проживания. Потребители услуг в сфере туризма получают предложения по аренде жилья на интернет-ресурсах Airbnb, HouseTrip, HomeAway и других. Туры, услуги гида и уникальные путешествия предлагают такие сайты, как Touristlink и Vayable. Количество онлайн-услуг по аренде автомобилей также растет (Blablacar.com и другие). Кроме того, существуют агрегаторы, предоставляющие возможность на одном ресурсе найти практически все атрибутивные составляющие для путешествия: забронировать / купить билеты на транспорт, забронировать / оплатить проживание, экскурсии, арендовать машину: к примеру, Expedia.com. Следует подчеркнуть, что, отвечая на потребности туристов, число сайтов с комплексным сервисным пакетом динамично увеличивается.

Множество мегапоисковиков представляют возможность сравнивать цены сразу нескольких компаний. К примеру, интернет-ресурс Kayak (и многие другие) анализирует и предлагает цены на билеты от разных авиакомпаний по одному направлению, Trivago сравнивает варианты размещения по нескольким отелям, AllTheRooms предлагает варианты размещения не только в отелях, но и в находящихся в частной собственности помещениях. Вышедший недавно на рынок сервис «Яндекс.Путешествия» собирает оффлайновые предложения туроператоров, и пользователи могут сравнить стоимость тура со стоимостью самостоятельного путешествия. Новый сервис качественно отличается от других онлайн-поисковиков, где забронировать выбранный пакет можно через сайт онлайн-агентства из числа партнеров «Яндекса», и в перспективе развитие сервиса может стимулировать рост онлайн-покупок в туризме: перепродавать услуги теперь станет еще более невыгодно, потому как посредник становится еще более слабым звеном. Исследования утверждают, что сегодня около половины всех путешествий бронируются посредством онлайн-сервисов, а гостиничный бизнес получает почти 40 % доходов именно благодаря онлайн-бронированию.

С большой долей вероятности можно предположить, что получающие все большее распространение мобильные интернет-устройства имеют в современных условиях особое значение, в недалеком будущем именно они станут ключевым инструментом обслуживания туристов, так как предоставляют субъектам в сфере туризма новые возможности по организации путешествий и сопровождению туристов, углублению отношений с ними, однако и

усиливают ожидания потребителей услуг: клиенты ожидают ответов в режиме реального времени, а также более высокого уровня адаптации услуг до, во время и после поездки, позволяя им улучшить путешествие.

Таким образом, анализ современной ситуации в сфере туризма выявил ряд актуальных факторов и тенденций: эволюцию рекреационной мотивации, индивидуализацию туристского предложения, диверсификацию туристического продукта, поиск новых туристских направлений, создание / модификацию видов и подвидов туризма, появление новых субъектов в данной сфере, формирование / расширение / трансформацию потребительских аудиторий, дифференциацию, специализацию.

Библиографический список

1. UNWTO: офиц. сайт [Электронный ресурс]. – URL: www.unwto.org
2. Tourism: 2020 vision [Электронный ресурс]. – <http://www.world-tourism.org>
3. Туристические тенденции 2015 года [Электронный ресурс]. – www.hotelier.pro/tourizm/item/196-amadeus

ACTUAL FACTORS AND TRENDS OF TOURISM DEVELOPMENT

N. Sereda

Vologda State University

160000, 15 Lenina str., Vologda, Russia, e-mail: natsereda@yandex.ru

The aim of the article is an analyses of actual factors and trends of tourism development in contemporary socio-economic conditions. The evolution of recreational motivation, the individualization of tourist proposal, the diversification of tourist products, the search of new tourist directions, the creation and modification of types and subtypes of tourism, the emergence of new subjects in the sphere, the formation / the extension and transformation of consumer audiences, differentiation and specialization are the actual trends in the tourist sphere, which are based on a number of sociographic, demographic, psychological and etc. factors.

Keywords: the tourist sphere, actual factors and trends of tourist development, the evolution of recreational motivation, the individualization of tourist proposal, the diversification in the tourist sphere, subjects in the tourist sphere, consumer audiences in the tourist sphere, differentiation, specialization.

ТУРИЗМ НА КРАЙНЕМ СЕВЕРЕ: ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ

В.П. Сидоров, Р.А. Агжанов

Удмуртский государственный университет

426034, г. Ижевск, ул. Университетская, 1, e-mail: sidorov@udm.ru

В сообщении характеризуются особенности отечественного внутрирегионального туризма, проблемы и перспективы развития туризма в регионах российского Крайнего Севера.

Ключевые слова: внутрирегиональный туризм, Крайний Север, проблемы и перспективы развития туризма.

Слово «туризм» у российских жителей чаще всего ассоциируется с понятием «юг», жаркий воздух и теплое море. А словосочетание «Крайний Север» – с холодом, длительной зимой и коротким днем, но уж никак не со словом «туризм». И это, в общем-то, объяснимо. Хозяйственный профиль абсолютного большинства регионов Крайнего Севера России определяют отрасли сырьевого сектора экономики. Именно они вносят главный вклад в бюджет регионов и, в то же время, сильно зависят от конъюнктуры мировых цен, ограничивают разнообразие предложения на местном рынке труда. Развитие многоотраслевого сельского хозяйства сдерживается недостаточностью аграрно-ресурсного потенциала. Все это вместе может вызвать в перспективе неустойчивость социально-экономической ситуации в целом.

Один из путей улучшения такой социально-экономической ситуации – развитие новых видов экономической деятельности, не связанных с горнодобывающей промышленностью или сельским хозяйством. В этом случае как вариант можно рассматривать развитие туризма.

В настоящее время туризм представляет собой, пожалуй, одну из ведущих и наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. Туризм – важная отрасль хозяйственного комплекса многих стран мира. Следует отметить, что и в Российской Федерации туризм, туристскую деятельность и, в последнее время, туристскую инфраструктуру можно отнести к группе быстро развивающихся видов деятельности в рамках народнохозяйственного комплекса. К сожалению, в отечественной туристской индустрии, в частности и, в туристской деятельности вообще, недостаточно внимания уделяется внутреннему межрегиональному туризму и туризму внутрирегиональному, краеведческому. В то же время во многих высокоразвитых странах количество внутренних туристов не уступает или даже намного превосходит ко-

личество выездных туристов [2]. Развитие межрегионального и внутрирегионального туризма в России сдерживают как объективные причины – слабое развитие туристской инфраструктуры, низкое качество и перегруженность транспортной системы, так и субъективные – отсутствие соответствующего туристского продукта и (или) его рекламы, недостаточная и стереотипная информация о рекреационных ресурсах отдельных регионов страны. Более полная информация именно о разнообразии рекреационных ресурсов практически каждого региона страны, активная рекламная кампания позволят увеличить объем внутреннего туризма, вовлечь в него больше людей [2]. Практически «белым» пятном для туризма остается значительная часть той трети России, которую принято называть Крайним Севером.

Все вышесказанное вполне применимо к такому обширному региону российского Крайнего Севера как Ямало-Ненецкий автономный округ (ЯНАО). Округ был основан в 1930г. Площадь территории – 769,3 тыс.кв.км. Более половины территории ЯНАО расположено за Полярным кругом. Большая часть округа расположена на севере Западно-Сибирской равнины. Меньшая – на восточном склоне Уральских гор. Северная часть округа омывается водами Карского моря. Территория ЯНАО расположена в долинах таких крупных рек, как Обь, Пур, Таз. Климат арктический, субарктический и континентальный. На территории округа сосредоточена большая часть российских разведанных запасов природного газа. ЯНАО входит в состав Уральского федерального округа и Западно-Сибирского экономического района. Административный центр округа – г.Салехард. Население ЯНАО – более 540 тысяч жителей, из которых русские составляют более 61%. Средняя плотность населения очень низкая – 0,7 человека на один квадратный километр.

Туризм в вышеупомянутом регионе начал развиваться сравнительно поздно по нижеследующим причинам:

- географическим: территория округа обширна и отдалена от густозаселенных регионов России и ее государственных границ. Северное положение региона предопределило низкие температуры воды в водоемах;

- природным: формы развития туризма, активно используемые в других регионах Крайнего Севера (например, в Республике Коми), не всегда пригодны применительно к территории Ямало-Ненецкого автономного округа. Чему причиной являются сильная заболоченность и локализация инфраструктуры, что затрудняет, например, строительство благоустроенных гостевых домов, которые распространены в Европейской части российского Крайнего Севера;

– экономическим: ЯНАО является лидером в России по добыче природного газа, которая обеспечивает внушительные финансовые поступления в окружной бюджет;

– социально-экономическими: Высокий уровень заработной платы у большинства работающих позволял (и позволяет) им отдыхать и путешествовать за пределами ЯНАО;

– транспортным: Из-за отдаленности и большой территории ЯНАО для потенциальных туристов авиаперелеты в округ дороги, а автомобильные и железнодорожные поездки долги и утомительны;

– военно-политическим: доступ во многие части ЯНАО был ограничен: сначала наличием объектов ГУЛАГа, а в позднее и наше время – «режимным» характером территорий, примыкающих к газовым промыслам и магистральным трубопроводам;

– биологическими: в летнее время в округе появляется много кровососущей мошки; на Крайнем Севере велика опасность встретиться с белым медведем.

В то же время, можно выделить и факторы благоприятные для развития туризма в ЯНАО:

– географические: можно привлекать туристов большим разнообразием ландшафтов, густой речной сетью; развивать туризм «крайних точек» (северный полярный круг, полярное - северное сияние);

– экономические: развитие туризма и связанное с этим появление новых рабочих мест облегчит решение проблемы занятости женского населения (весьма острой для регионов Севера РФ);

– социально-экономические: высокие доходы населения в ЯНАО делает возможным развитие дорогостоящих видов туризма (например, северные сафари), а также создание элитных мест размещения и питания для туристов;

– транспортные: большая территория позволяет создавать многоэтапные туристские маршруты с комбинированием видов транспорта;

– военно-политические: уже созданы и функционируют туристские маршруты по местам сталинской эпохи;

– биологические: можно активно использовать богатые охотничьи и рыбные ресурсы территории Ямало-Ненецкого автономного округа [1, 3].

На территории округа около 100 тыс. рек и озер, есть геологические памятники природы, около 300 видов птиц и млекопитающих. Следует заметить, что несмотря на свою «северность» и малонаселенность, ЯНАО располагает более чем 800 памятниками истории и куль-

туры, несколькими десятками музеев, выставочных залов, центров национальной культуры. Собственно туристская инфраструктура обладает более чем полусотней средств размещения гостиничного типа.

Таким образом, при рациональной организации индустрии туризма и грамотной рекламной компании в других регионах России Ямало-Ненецкий автономный округ вполне привлекателен как объект для развития водного, горного, горнолыжного, рыболовного, охотничьего, историко-познавательного, этно-религиозного, экологического, санаторно-курортного туризма. И, может быть, скоро выражение «курорты Карского моря» перестанет быть анекдотом.

Библиографический список

1. *Агжанов Р.А., Сидоров В.П., Женгуров Я.В.* Перспективы развития туризма в регионах Крайнего Севера (на примере Ямало-Ненецкого автономного округа) // Экологический консалтинг (Природные ресурсы, территориальное развитие), 2014 г. № 1 (53), Казань. С. 30-33.

2. *Сидоров В.П.* Краеведческий подход в географии туризма // Вестник Удмуртского университета. Серия 6: «Биология. Науки о Земле», 2009г., Выпуск 1. Ижевск: УдГУ. – С. 153-157.

3. *Сидоров В.П., Агжанов Р.А.* Туризм и устойчивое развитие «нетуристских регионов» //Проблемы устойчивого развития регионов Республики Беларусь и сопредельных стран: сборник научных статей IV Международной научно-практической конференции. Республика Беларусь, Могилев: МГУ, 2015. С.212-216.

TOURISM IN THE FAR NORTH: THE FEATURES OF DEVELOPMENT

V.P.Sidorov, R.A.Agzhonov

Udmurt State University 426034, Izhevsk, Universitetskaya 1, e-mail: sidorov@udm.ru

In the message the features domestic intraregional tourism, problems and prospects of tourism development in the regions of the Russian Far North is characterized.

Key words: intraregional tourism, Far North, problems and prospects of tourism development.

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЮМЕНИ, КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Е.Ю. Созонова

Тюменский государственный университет, Институт наук о Земле
625003, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Семакова, 10. e-mail:
e.y.sozonova@utmn.ru

В статье дана характеристика современного состояния историко-культурного потенциала города Тюмени. Актуальность темы обусловлена тем, что объекты историко-культурного наследия сегодня определяют основные экскурсионные маршруты и являются основой туристско-рекреационной инфраструктуры областного центра. Дана оценка историко-культурного потенциала для рекреационных целей.

Ключевые слова: историко-культурный потенциал; музеи различного статуса; объекты религиозного туризма; привлекательные объекты исторического наследия; уникальные природные объекты.

Современная Тюмень, обладает значительным историко-культурным потенциалом, составляющим основу туристских ресурсов всего региона. Это уникальное достояние, которое требует комплексной оценки для увеличения туристского потока, и повышение туристской активности. Целью работы является проведение комплексной оценки историко-культурного потенциала города Тюмени. Для реализации поставленной цели, необходимо выполнить следующие задачи: проанализировать историко-культурный потенциал города, дать оценку объектам религиозного туризма, в том числе православным, католическим, протестантским, мусульманским иудаистским храмам; музеям различного статуса, в том числе краеведческим; привлекательным объектам исторического наследия (памятники, усадьбы, скверы и т.д.), а также уникальным природным объектам. Новизна работы заключается в том, что впервые предпринята попытка интегральной оценки историко-культурных ресурсов столицы Тюменской области.

Культурно-исторические ресурсы - это объекты, представляющие культурное и историческое наследие нашего государства. К категории ресурсов относят только те объекты, которые по определению специалистов имеют общественное значение. Но историко-культурный потенциал - это вся социокультурная среда с традициями и обычаями, бытовой и хозяйственной деятельностью. Данный вид ресурсов имеет большое значение в организации рекреационной деятельности, т. к.

является основой для познавательного туризма, определяет рекреационные потоки и экскурсионные маршруты [1].

Н.С. Мироненко и И.Т. Твердохлебов делят культурно-исторические объекты на материальные и духовные. Материальными считаются средства производства материальных ценностей на разных этапах исторического развития государства. К категории духовных ценностей относят объекты, созданные в искусстве, литературе, образовании, науке, в организации государственной и общественной жизни [3].

Областная столица может гордиться своей историей и тем культурным наследием, которым обладает. Первый русский город в Сибири – Тюмень, основанный в 1586 году на «Тюменском волоке» (древней караванной дороге из Средней Азии в Поволжье), сохранил памятники и монументальные ансамбли XVII-XIX веков, деревянную застройку второй половины XIX века и церкви XVIII-XIX веков. Вобрав в себя историко-культурное наследие различных эпох, город обладает значительным потенциалом, включающим около 200 памятников истории, архитектуры и градостроительства. Историческая архитектурно-планировочная структура Тюмени определяет неповторимость и своеобразие облика города. Особенную историко-культурную и архитектурную ценность представляют храмы, каменные здания в стиле классицизма, деревянные мещанские постройки с глухой резьбой на оконных наличниках, купеческие особняки с пышной объемной накладной резьбой, деревянные и каменные здания в стиле модерн [4].

Изучив существующие методики интегральной оценки туристского потенциала территорий, была выбрана субъективная методика интегральной оценки историко-культурного потенциала, основанная на методиках А.С. Кускова, Ю.А. Худеньких. Оценка проводилась в три этапа: выделение основных компонентов историко-культурного потенциала; выбор критериев оценки; подсчет общей суммы баллов по следующей формуле: $ИКП = (3+У+СУ+СС) * К$ [2]. По результатам оценивания была составлена сводная таблица (табл.1), анализ которой позволяет сделать следующие выводы.

Все исследованные объекты областного центра, могут быть использованы для удовлетворения туристских и рекреационных потребностей и включены в различные туристские и экскурсионные программы.

Религиозный туризм может развиваться на базе следующих объектов: Знаменский кафедральный собор – главный, один из древ-

нейших и самых красивых православных храмов Тюмени, вызывающий невольное восхищение своей архитектурой; Троицкий мужской монастырь – один из старейших архитектурных ансамблей Сибири, действующий православный монастырь; Ильинский женский монастырь - православный монастырь, первое упоминание об Ильинской приходской церкви г. Тюмени относятся к 1586-1587 гг. Не только указанные объекты, но и многие другие могут привлекать туристов, интересующихся местными религиозными традициями.

В программы познавательного и образовательного туризма, можно включать археологические памятники: Археологический музей-заповедник на озере Андреевское имеющий постоянную экспозицию «Из глубины веков»; Ингальская долина с ее археологическими памятниками, принадлежащие разным историческим эпохам.

Событийный туризм можно развивать на основе проведения массовых празднеств и мероприятий: Региональный народный массовый праздник «Сибирская масленица»; Международный фестиваль исторической реконструкции «Абалакское поле»; Международный фестиваль «Лето в Тобольском Кремле».

Богатые и хорошо узнаваемые (табл. 2) историко-культурные ресурсы помогают создавать разнообразные, ориентированные на конкретных потребителей, туристские продукты для различных категорий туристов. Внутренний туризм дает мультипликативный эффект: прибыль не только от самих туров, но также от гостиниц, ресторанов, транспорта. Кроме того, это и занятость населения. Следовательно, внутренний туризм может стать серьезной составляющей экономики всего региона.

Таблица 1

Интегральная оценка историко-культурного потенциала города Тюмени

№ п/п	Наименование объекта	Адрес	З	У	СУ	СС	К	ИКП	Средний показатель
Музеи различного статуса									
1.	Археологический музей-заповедник на оз. Андреевское	Тюменская область, Тюменский р-н, 23 км Ялуторовского тракта	4	5	4	5	1,5	27	3
2.	Литературно-краеведческий центр	Тюмень, ул. Первомайская, 14	4	5	4	4	1	17	2
3.	Музей истории медицины Тюменской области	Тюмень, ул. Мельникайте, 75	4	1	3	4	0,8	9,6	1
4.	Музейный комплекс им. И. Я. Словцова	Тюмень, ул. Советская, 63	4	5	4	4	1,5	25,5	3
Интегральная оценка ИКП:								20	2,25
Объекты религиозного туризма									
1.	Знаменский кафедральный собор	Тюмень, ул. Семакова, 13	4	1	3	4	1,5	18	2
2.	Троицкий мужской монастырь	Тюмень, ул. Коммунистическая, 10	5	5	3	4	1,5	25,5	3
3.	Ильинский женский монастырь	Тюмень, ул. 25 Октября, 29	4	1	4	4	1,5	19,5	2
4.	Церковь Михаила Архангела	Тюмень, ул. Ленина, 22	5	5	4	3	1,5	25,5	3
5.	Крестовоздвиженская церковь	Тюмень, ул. Луначарского, 1	5	5	3	3	0,8	12,8	2
6.	Вознесенско-Георгиевская церковь	Тюмень, ул. Береговая, 77	4	1	3	4	0,8	9,6	1
7.	Храм Всех Святых	Тюмень, ул. Свердлова, 29	5	5	3	4	0,8	13,6	2
8.	Церковь Трёх Святителей	Тюмень, ул. Дружбы, 122	4	1	3	4	0,8	9,6	1
9.	Спасская церковь	Тюмень, ул. Ленина, 43	5	5	4	3	0,8	13,6	2
10.	Храм святого праведного Симеона Богоприимца	Тюмень, ул. Республики, 60	4	1	3	3	0,8	8,8	1
11.	Храм во имя святого благоверного князя Димитрия Донского	Тюмень, ул. Республики, 150	4	1	3	3	0,8	8,8	1
12.	Церковь святого Иосифа Обручника	Тюмень, ул. Ленина, 7 / Перекопская, 7	3	5	3	4	0,8	12	2
13.	Духовный центр адвентистов седьмого дня	Тюмень, ул. Димитрова, 9	1	1	3	4	0,8	7,2	1
14.	Тюменская соборная мечеть	Тюмень, ул. Жданова, 9	3	5	3	4	1,5	22,5	3
15.	Казаровская мечеть	Тюмень ул. Заречная, 36	3	1	3	4	1,5	16,5	2
16.	Мечеть Нигматуллы Хаджи	Тюмень, ул. Советская, 85	1	1	2	4	0,8	6,4	1
17.	Тюменская синагога	Тюмень, ул. Кирова, 44	1	1	3	4	1,5	13,5	2
Интегральная оценка ИКП:								15	2
Привлекательные объекты исторического наследия									
1.	Здание Городской управы	Тюмень, ул. Ленина, 2	5	15	3	3	1,5	39	3
2.	Дом купца Иконникова	Тюмень, ул. Республики, 18	5	10	2	2	1,5	28,5	2
3.	Усадьба купца Шайчика	Тюмень, ул. Ленина, 47	3	1	2	3	1,5	13,5	2
4.	Александровское реальное училище	Тюмень, ул. Республики, 7	3	5	2	3	1,5	19,5	2
5.	Дом Буркова	Тюмень, ул. Дзержинского, 30	3	1	1	2	0,8	5,6	1
6.	Дом купца Жернакова	Тюмень, ул. Орджоникидзе, 1	3	1	1	3	0,8	6,4	1
7.	Дом купца Игнатова	Тюмень, ул. Госпаровская, 3	3	1	2	3	0,8	7,2	1

Продолжение таблицы

№ п/п	Наименование объекта	Местоположение объекта	З	У	СУ	СС	К	ИКП	Средний показатель
8.	Сквер сибирских кошек	Тюмень, между улицами Республики и Ленина	1	1	4	4	1,0	10	1
9.	Мост Влюбленных	Тюмень, ул. Республики	1	1	4	4	1,0	10	1
10.	Памятник святителю, митрополиту Сибирскому Филофею Лешинскому	Тюмень, ул. Димитрова	1	1	4	4	0,8	8	1
11.	Знаменский Абалакский монастырь	Тюменская обл., Тобольский р-н, с. Абалак	4	10	2	3	1,5	28,5	3
12.	Тобольский кремль	Тобольск, Красная площадь, 1	5	25	2	4	1,5	54	3
Интегральная оценка ИКП:								19,2	2
Уникальные природные объекты									
1.	Белозеровский	Площадь объекта 17 850	4	14	3	4	0,6	15	2
2.	Тюменский государственный зоологический заказник	Площадь объекта 53 585	5	25	3	4	1,5	55,5	3
3.	Водно-болотное угодье «Озера Тоболо-Ишимской дельты»	Площадь объекта 173 200	4	10	4	4	1,5	33	3
4.	Синицынский (Синицынский) бор	Площадь объекта 11 000	3	5	2	4	0,6	8,4	1
Интегральная оценка ИКП:								29,4	2,25

Источник: составлено автором.

З – значимость объекта: 1 - зарезервированные объекты; 2 - местного значения; 3 - регионального; 4 - федерального; 5- включенные в список ЮНЕСКО.

У – узнаваемость объекта: за каждую энциклопедическую статью территории - 5 баллов, за упоминание – 1 балл.

СУ – степень устойчивости: 1 - очень низкая; 2 – низкая; 3 – средняя; 4- высокая; 5 – очень высокая.

СС – степень сохранности; низкая – 2 балла, средняя – 3 балла, высокая – 4 баллов.

К – коэффициент функционального разнообразия: археологические и монументальные – 0,6; исторические – 0,8; градостроительные и архитектурные – 1,0; комплексные – 1,5.

ИКП – историко-культурный потенциал;

Таблица 2

Историко-культурный потенциал города Тюмени

№ п/п	Компоненты ИКП	Средний показатель
1.	Объекты религиозного туризма	2,25
2.	Музеи различного статуса (включая картинные галереи и др.)	2
3.	Привлекательные объекты исторического наследия	2
4.	Уникальные природные объекты	2,25
Интегральная оценка ИКП:		2,13

Источник: составлено автором.

Библиографический список

1. Козин В. В. Рекреационная география. Тюмень, Изд-во ТюмГУ, 2013. 328с.
2. Котлярова О.В. Теория и методология рекреационной географии. Челябинск: 2012. 105с.
3. МIRONENKO, H. C. Рекреационная география. М.: Изд-во МГУ, 1981. 208с.
4. Наследие Тюменской области №1, 2011. URL: <http://admtumen.ru/> (дата обращения: 15.06.2015).

HISTORICAL AND CULTURAL POTENTIAL OF TYUMEN, AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF INTERNAL TOURISM

E. U. Sozonova

Tyumen State University, institute of Earth Sciences.

625003, Tyumen region, Tyumen, street Semakov, 10 e-mail: e.y.sozonova@utmn.ru

The article characterizes the current state of historical and cultural potential of the city of Tyumen. The urgency is due to the fact that the objects of historical and cultural heritage of the city still the main sightseeing routes and are the basis of tourist-recreational infrastructure of the regional center. The estimation of historical and cultural potential for recreational purposes. The article characterizes the current state of historical and cultural potential of the city of Tyumen. The urgency is due to the fact that the objects of historical and cultural heritage of the city still the main sightseeing routes and are the basis of tourist-recreational infrastructure of the regional center. The estimation of historical and cultural potential for recreational purposes.

Keywords: historical and cultural potential; museums of different status; religious tourism; attractive heritage sites; unique natural objects.

УДК 910:911.3(512)

МАКАО КАК МЕЖДУНАРОДНАЯ ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ

С.Н. Соколов, Д.В. Барабанова

Нижевартовский государственный университет,

e-mail:snsokolov1@yandex.ru

Макао – специальный административный район Китая, для которого характерно сочетание европейских и азиатских черт аттрактивности. Главной опорой экономики является игорная индустрия и туризм. По доходам от иностранного туризма Макао находится на 5 месте в мире. В статье показана аттрактивность данной дестинации.

Ключевые слова: дестинация; специальный административный район; самобытность культуры; казино; туризм; аттрактивность.

Целью данной работы является комплексная страноведческая характеристика одной из своеобразных автономных территорий современного зарубежного мира – Макао (кит. Аомынь), специального административного района (САР) Китайской Народной Республики как международной туристской дестинации. К задачам исследования можно отнести: географическая и этно-демографическая характеристика территории, его историческое своеобразие и современное политическое положение, выявление главных аттрактивных черт территории для иностранных туристов и экономико-туристская характеристика дестинации.

Макао в настоящее время находится на 5 месте в мире по доходам от иностранного туризма (51,6 млрд долл.) [7], но в отличие от США, Испании, Франции или Китая, о нем мало кто в мире имеет какое-либо представление. Поэтому изучение данной территории как международной туристской дестинации весьма актуально.

Макао представляет собой город, расположенный на одноимённом полуострове на побережье Южно-Китайского моря в дельте реки Чжуцзян, а также на островах Тайпа и Колоан, которые около 10 лет назад объединены между собой отвоеванным у моря перешейком Котай. На севере, западе и юго-западе Макао граничит с Китаем (340 м), а на востоке с удаленным от него на 60 км Гонконгом. Разделенные водой части территории соединяются посредством трёх мостов. В северной части полуострова Макао имеется пограничный переход в континентальную часть КНР «Бордер-Гейт», ещё один пропускной пункт находится на Котае. В Гонконг можно попасть круглосуточно на пароме примерно за 20-32 или на вертолете за 300 долл. США [1]. Общая площадь составляет 25,4 км², береговая линия – 41 км [4]. Город расположен на границе субтропической и тропической зон. Самый жаркий месяц – июль (+30⁰С днём и +26⁰С ночью). Самый холодный месяц – январь (+17⁰С днём и +13⁰С ночью). Влажность в весенне-летний период: 80-95%. Осадков за год выпадает до 1800 мм, не редки штормы и тайфуны. Рельеф преимущественно плоский, самая высокая точка – Колоане-Альто (172,4 м). Имеется два пляжа на острове Колоан: Хак Са с чёрным песком вулканического происхождения и Чеок Ван – бамбуковый пляж с золотым песком. Почти вся территория покрыта искусственными насаждениями и парковыми зонами. [3].

Макао – это смешение запада и востока, Европы и Азии, во всём: в стилях жизни, архитектуре, языках, еде [2]. Здесь соседствуют китайские храмы и католические соборы. Половина населения является буддистами, католики составляют 15%, остальные – представители других религий. Всего в Макао проживает более 0,5 млн. человек.

Большую часть населения (97%) составляют китайцы, 2% – португальцы, 1% – настоящие маканцы (потомки китайцев и португальцев). Примерно 1/5 часть имеет португальские паспорта и не без гордости считает себя частью всего, чего-то большего, чем одной культуры [3]. Официальные языки – китайский (кантонский диалект) и португальский; английский язык понимают легко только работники сферы услуг.

Всё дело, как ни странно, в истории данного района, которая начинается в XIII в., когда подданные Южной Сунской династии бежали сюда от вторгающихся на их родину с севера монгольских войск. Ход истории поменялся с прибытием в регион португальцев, которые в 1557 г. основали постоянное поселение и взяли его территорию у Китая в аренду. Проигранная Китаем I-я Опиумная война позволила португальцам в 1887 г. образовать колонию. В 1943-1945 гг. Япония установила над Макао протекторат, но фактически его не оккупировала. В 1949 г. после провозглашения Китайской Народной Республики новая власть в Пекине заявила о «неравноправности» всех договоров с Португалией, но действий предпринимать не стала. В 1955 г. Макао был объявлен португальской провинцией. Со сменой в 1974 г. режима в Португалии поменялось и видение Макао. В 1979 г. Португалия и Китай установили дипломатические отношения, и Макао стал считаться «китайской территорией во временном португальском управлении». В 1987 г. стороны подписали Совместную декларацию по вопросу Макао, где указывалось, что колония переходит под юрисдикцию Китая 20 декабря 1999 г. и превращается в САР КНР (по аналогии с Гонконгом). При этом там, в течение ближайших пятидесяти лет, будет полностью сохранен привычный образ жизни, социальная и экономическая структуры, т.е. будет применяться модель «Одна страна – две системы» [3].

Несмотря на свою непростую историю, Макао удалось сохранить самобытность. Выдерживает он и напор современности: с одной стороны, здесь имеется тихий и старинный центр города, с другой, растут небоскребы, гостиницы и развлекательные центры. Макао – относительно новая дестинация. Ее называют «Лас-Вегасом Востока», ведь именно здесь находится крупнейшее в мире казино, «Venetian Масао». Игровая индустрия является главной опорой экономики уже на протяжении более 150 лет. Казино здесь появились ещё в 1850 г., но расцвета они достигли в начале XXI века, после того, как в 2002 г. была отменена монополия в данном секторе. Уже в 1992 г. туризм стал приносить в экономику средств больше, чем товарный экспорт. По

объему денег, оставляемых игроками в казино, Макао занимает первое место в мире. В игровой сфере создается около 70% ВВП САР [5].

Туристы в Макао прибывают по морю (38%), в основном из Гонконга, по суше (55%) - из материкового Китая, остальные (7%) – в международный аэропорт Макао (открытый в 1995 г.). Среднедушевые затраты туристов составляют почти 3500 патак Макао (примерно 435 долл. США), из которых 49% составляют затраты на шопинг (одежда, драгоценности, часы, сумки, обувь, косметика и парфюмерия, местные продукты питания), 26% – затраты по размещению, 19% – питание. Самые «щедрые» туристы прибывают из материкового Китая, Тайваня и Сингапура, средние душевые затраты которых составляют более 3 тыс. патак (373 долл. США). Из всех туристов, посещающих Макао, 58% – отпускники [5].

Большинство посещающих Макао пребывают сюда с одной целью – испытать судьбу в 35 казино. Ежегодно Макао посещают 31,5 млн иностранных туристов (из них 14,6 на срок более 1 суток в 2014 г.), в том числе из Китая 55,9%, Гонконга 28,3% и Тайваня 4,7% [7]. По остальным местам отбытия туристы в Макао характеризуются следующими данными (таблица 1). Что касается материкового Китая, распределение туристов по провинциям следующее: Гуандун – 42,4%, Фуцзянь – 4,2%, Хунань – 3,5%, Чжэцзян – 3,3%, Шанхай – 2,6%, Пекин – 1,8% [5].

Таблица 1
Доля прибытия иностранных туристов в Макао в 2008-2013 гг., % (за исключением Китая, Гонконга и Тайваня) [5, 8]

Страна	Юж.Корея	Япония	Малайзия	Филиппины	Сингапур	Таиланд	Индонезия
Прибытие туристов	13,3	12,1	11,2	9,3	7,8	7,7	6,8
Страна	США	Индия	Австралия	Канада	Великобритания	Франция	Германия
Прибытие туристов	6,4	4,7	4,0	2,7	2,2	1,4	1,0
Страна	Вьетнам	Россия	Новая Зеландия	Португалия	Италия	Нидерланды	прочие
Прибытие туристов	0,8	0,7	0,5	0,5	0,4	0,4	6,1

В Макао 98 отелей на любой вкус с общим фондом 27,9 тыс. номеров, из них на «пятизвездочные» приходится 61,3%. Занятость гостиничного фонда составляет 83,1 – 86,5%. Доходы от иностранного туризма в 2013 г. составили 51,6 млрд долл. (для сравнения – в 2000 г. всего 3,2 млрд долл.). Среди 350 тыс. работающих 54% занято в туризме или смежных отраслях [8].

Для прогнозирования построим два уравнения тренда, описывающих динамику прибытия иностранных туристов в Макао (y) и доходы экономики Макао от иностранных туристов (z) за 2004-2013 гг. Уравнения будут иметь следующий вид:

$$y = -0,0042 t^2 + 0,6167 t + 8,2422 \quad \text{и} \quad z = 5,1105 t - 4,2605$$

где t – условный показатель времени при $t=1$ в 2004 г. Коэффициент детерминации в первом случае равен 80%, во втором 94% (таблица 2).

Таблица 2

Прибытие иностранных туристов и доходы от туризма в Макао [6, 7]

Годы	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Прибытие туристов (млн. чел.)	8,3	9,0	10,7	12,9	10,6	10,4	11,9	12,9	13,6	14,3
Доходы от туризма (млрд. долл. США)	7,5	7,8	9,4	13,1	16,8	22,3	27,8	38,5	43,7	51,6

В связи с тем, что за 2014 г. отсутствует официальная статистика по доходам от туризма Макао, то, используя данные уравнения, доход должен вырасти до 52 млрд. долл. По прогнозу, прибытие иностранных туристов в 2015 г. может составить 15 млн чел., а доход 57,1 млрд долл.

На промышленность приходится всего 6,5% ВВП, здесь развита текстильная индустрия, производство игрушек, обуви, электроники, машин и станков. Вся продукция идет на экспорт. Главными партнерами по экспорту являются США, Китай, Гонконг, Германия, по импорту также и Тайвань, Чили и Япония [4]. Всего же ВВП на душу населения составляет 88 700 долларов США (2013 г.). Торговля играет важнейшую роль в экономике Макао – он является свободным беспортовым портом, в котором не взимаются таможенные платежи и отсутствует налог с продаж, тем самым способствуя транзитному потоку грузов из Китая и в него, это обуславливает низкие цены на импортные товары. Фешенебельные бутики соседствуют с пестрыми развалами, предлагающими большой спектр разнообразных дешевых товаров. Предметы роскоши здесь самые дешевые в регионе и доступны по приемлемым ценам. Здесь можно найти древние монеты, ценные бу-

маги XIX в., марки и другие бумажные ценности, чайные коробки и кофе со всего света [2]. Макао славится либеральным валютным и налоговым законодательством, играя роль одного из офшорных центров Азии.

Известно, что Макао – рай для гурманов. В течение последних 400 лет здесь происходило смешение азиатских и европейских традиций, в том числе и кулинарных, в результате чего кухня Макао получилась одной из самых интересных и разнообразных в мире. Здесь готовят традиционные блюда – свежие морепродукты с добавлением португальских специй, запеченную треску, бычьи хвосты и грудинку, густой холодный суп с овощами и мясом и др. Португальская кухня Макао сильно изменилась под влиянием китайских, африканских и индийских кулинарных традиций, поэтому большинство блюд не только ароматные и пряные, но и острые, во все блюда добавляют пряности из Индии и Африки. К тому же Макао славится своей выпечкой – в старом центре кондитерские и пекарни предлагают продукцию, множество необычных для европейцев блюд. Португалия и Макао до сих пор не разрывают своих особенных связей, так что здесь можно попробовать и купить прекрасные португальские вина по умеренным ценам [3].

К традиционным праздникам в Макао можно отнести: наступление Нового года (фейерверк на озере Нам-Ван), в конце января – середине февраля фестиваль встречи китайского Нового года. В марте-апреле – Фестиваль искусств Макао. В конце марта – начале апреля – Пасхальные праздники. В апреле – китайские праздники: фестиваль Чинг-Минг (семейный праздник почитания могил предков), День рождения Пак Тая (победитель короля демонов в местной мифологии) и фестиваль богини А-Ма или Тин-Хау (покровительницы мореплавателей и самого Макао). В мае – празднования Будды, фестиваль Там-Конг (Праздник пьяного дракона), фестиваль и праздничная процессия в честь святой Фатимы (христианская покровительница Макао). В конце мая – середине июня – Международные гонки лодок-драконов на озере Нам-Ван в рамках фестиваля Туенг. В сентябре – октябре – Международный фестиваль фейерверков, праздник Лунный фестиваль Макао; праздник Юэ-Лянь (праздник блуждающих духов); праздник Чунг-Юнг (Фестиваль достижения вершин). 1 октября – Государственный праздник создания КНР, после него – ежегодный Международный музыкальный фестиваль. 20 декабря празднуется день основания САР КНР, а 25 декабря начинаются рождественские праздники [2].

Большой участок на полуострове с 25 зданиями объявлен ЮНЕСКО объектом Всемирного наследия человечества. На террито-

рии САР расположены институт культуры Макао, португальский институт Востока, музеи Сунь Ятсена, Макао, морской, истории авторали. Много зданий колониальной португальской архитектуры: часовня семинарии Святого Иосифа, собор Святого Доминика, Леаль-Сенадо, театр дона Педро V, дом правительства, форт Монти [1].

Выводы. Таким образом, Макао представляет собой особую территорию на стыке двух противоположных явлений, которые проявляются в различных отраслях, будь то культура или экономика, что очень роднит его со своим соседом Гонконгом, выросшего при подобных условиях. Но при этом он и сильно отличается от соседа. Главное различие заключается в экономике городов и секторах, благодаря которым осуществляется прирост ВВП (так, в Макао ведущим сектором является туризм и игорный бизнес, а в Гонконге – сфера услуг). Другое не менее важное отличие – перспектива роста и развития районов. На фоне быстрорастущего Гонконга с высоким уровнем урбанизации, Макао остаётся в своеобразной «тени». Однако, несмотря на это, именно Макао до сих пор старается сохранить свой первозданный облик, который был при его основании, поэтому именно здесь можно встретить столь необычное сочетание огромных небоскрёбов (более 40) и ветхих малоэтажных домов, что делает данный САР уникальной дестинацией.

Библиографический список

1. Аксенова Л.А. Страны мира. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2007.
2. *Китай. Макао* // Телепрограмма «Вокруг света». 21 декабря 2003 г. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/tv/vs/cast/389/> (дата обращения: 17.06.2015).
3. *Туризм и отдых* в Макао // В сказку: Туристическая сеть. URL: <http://vskazku.com/thread-4911-1-1.html> (дата обращения: 17.06.2015).
4. *The world factbook* CIA. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>. (дата обращения: 17.06.2015).
5. *Tourism Statistics* 2014. Macao: Statistics and Census Service. URL: www.dsec.gov.mo (дата обращения: 16.06.2015).
6. *UNWTO Wopld Tourism Barometer*. 2010. Vol.8 No. 2. P. 10-11. URL: www.unwto.org (дата обращения: 17.06.2015).
7. *World's Top Tourism Destinations* // UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition URL: www.unwto.org. (дата обращения: 17.06.2015).
8. *Yearbook of Statistic* 2013. Macao: Statistics and Census Service. URL: www.dsec.gov.mo (дата обращения: 16.06.2015).

MACAU AS AN INTERNATIONAL TOURIST DESTINATION

S.N. Sokolov, D.V. Barabanova

Nizhnevartovsk State University, snsokolov1@yandex.ru

Macau is a special administrative region of China, which is characterized by a combination of European and Asian traits attractiveness. The mainstay of the economy is gambling industry and tourism. Income from foreign tourism Macau is on the 5th place in the world. Arrive here every year more than 6 million foreign tourists. The article shows the attractiveness of this destination.

Key words: destination; special administrative region; cultural identity; casino; tourism; attractiveness.

УДК 378.1

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «ТУРИЗМ»

Р.И. Сухов

Южный федеральный университет

344019, г. Ростов-на-Дону, ул. 23 линия 43/36, e-mail: ris@sfedu.ru

В статье раскрываются проблемы организации образовательного процесса по направлению подготовки «Туризм». Приводятся рекомендации позволяющие оптимизировать некоторые аспекты образовательного процесса в условиях перехода к новым федеральным государственным образовательным стандартам высшего образования.

Ключевые слова: образовательный процесс, направление подготовки «Туризм», производственная практика, образовательная программа, образовательный стандарт.

Образовательный процесс в сфере туризма в российской высшей школе должен отвечать нескольким критериям: осуществлять тесное взаимодействие с предприятиями туристской индустрии; быть технологичным и вариативным; оперативно реагировать на изменения, происходящие в российском и мировом туризме. Образовательные стандарты Российской Федерации на первый взгляд позволяют формировать образовательные программы, соответствующие всем выше-названным требованиям. Однако, в силу того, что направление подготовки «Туризм» достаточно молодое, и впервые как самостоятельная специальность заявило о себе в 2004 г., опыта в организации оптимального образовательного процесса мало. В наиболее выгодном положении находятся в основном кафедры географических факультетов классических университетов, обучавшие студентов по туристским специализациям в рамках специальности «География» до 2004 - 2005 г.г. Среди них можно назвать кафедру туризма Южного федерального университета Высшей школы бизнеса (до 2013 года входившую в структуру геолого-географического факультета) Южного федерально-

го университета (ЮФУ), выпускающую специалистов в сфере туризма с 1968 г.

В чем же заключаются основные проблемы современного туристского образования в России?

Первое – отсутствие утвержденных Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования «нового поколения» уровней бакалавриата и магистратуры, существующих только в виде проектов, но на которые с 2014 г. вынуждены ориентироваться отечественные вузы. В этих стандартах обозначено несколько обязательных к изучению предметов и только для бакалавриата: «Философия», «История», «Иностранный язык», «Безопасность жизнедеятельности». Для магистратуры обязательных к изучению дисциплин нет. С одной стороны, это даёт высшим учебным заведениям свободу, с другой – требует высочайшего профессионального соответствия и опыта. Перечень дисциплин и требований к их содержанию в проектах стандартов заменен рядом компетенций, которые будут формироваться у студентов в процессе изучения дисциплин, прохождения практик и подготовки к государственной итоговой аттестации. Следует отметить, что компетенции, раскрывающие профессиональные знания, навыки и умения сформулированы достаточно расплывчато и не дают четких представлений о необходимых для изучения предметах. Проблема туристских и сервисных направлений подготовки, объединенных в одну группу, заключается так же в том, что они не имеют фундаментальной науки, которая бы могла стать отправной точкой для формирования блоков дисциплин.

Второе – туристское образование в России необходимо ориентировать на туристскую специализацию регионов, в которых находятся вузы. В регионах – донорах (а таких большинство) необходимо делать акцент на знания, ориентированные на выездной международный и выездной внутренний туризм. В регионах, принимающих туристов необходимо вводить дисциплины и практики, ориентированные на технологии приема и обслуживания иностранных и российских туристов. Безусловно, эти особенности организации туристской индустрии так же должны быть учтены при составлении основной образовательной программы направления подготовки.

Третье – проблема организации практик. Связана она с тем, что туризм в России это, в основном, приоритет бизнес сообщества, которое очень чутко реагирует на происходящие изменения в потребительском поведении туристов и зачастую само его формирует. Довольно часто потребности туристского бизнеса в студентах – практикантах не соответствуют возможностям графика учебного процесса направления подготовки, формируемого перед началом учебного года и не терпящего дальнейших корректировок. Организация производст-

венных практик, как правило, происходит гораздо позже и к тому же для каждого конкретного случая может выдвигать свои требования. К примеру, производственная практика на зарубежных курортно-пляжных курортах Турции, Греции, Испании может начинаться в апреле – мае и заканчиваться в сентябре – октябре, в зависимости от производственных потребностей конкретного туроператора. Сроки таких практик могут неоднократно изменяться, и это является потребностями туристского бизнеса, вписать которые в график учебного процесса достаточно сложно. Еще одним существенным ограничителем производственных практик является заключение договоров между высшим учебным заведением и туристской организацией. Основными проблемными точками становятся такие позиции, как оплата труда практиканта, рабочий график (который в туризме в «высокий сезон» по факту является ненормированным), условия проживания и питания, мера ответственности сторон и прочие факторы, которые становятся более проблемными, если речь идет о заключении договоров между российскими и иностранными юридическими лицами.

Четвертое – проблема учебных и учебно-методических пособий. Является системной и трудно разрешимой. Поскольку в настоящее время не существует перечня дисциплин, обязательных к изучению во всех вузах страны, то сложно выпускать учебники, которые будут пользоваться спросом по всей России. Этот фактор серьезно ограничивает заинтересованность издательств в выпуске учебников, поскольку не приводит к гарантированным продажам и получению прибыли. Поэтому существующие в настоящее время учебные пособия раскрывают только общие вопросы, касающиеся основ туризма, либо обобщают и систематизируют мировой туристский опыт. Ориентированных на практическую деятельность пособий и фундаментальных научных трудов очень мало, выходят они маленькими тиражами и применяются только лишь в тех вузах, где работают опытные преподаватели, хорошо разбирающиеся в профессиональной литературе и актуальных проблемах туризма. К тому же, литература по практикоориентированным дисциплинам очень быстро устаревает – срок её жизни один, максимум два года.

Пятое – самая серьезная проблема в организации образовательного процесса – наличие квалифицированных преподавателей по профилю читаемых дисциплин. Как уже неоднократно замечалось, туризм является сферой деятельности с ярко выраженным прикладным характером, требующим практических навыков, опыта работы в туристских предприятиях. Преподавателям, читающим дисциплины профессиональных циклов необходимо отработать все производственные цепочки и технологии на личном опыте.

Для разрешения обозначенных выше проблем необходимо предпринимать безотлагательные меры и понимать при этом, что их решение это стратегическая цель, реализация которой может занять многие годы. Тем не менее, можно наметить некоторые шаги разрешения ряда проблем. Назовем их:

- в образовательные стандарты необходимо вернуть базовую часть, включающую общий перечень обязательных к изучению дисциплин, максимально раскрыть их содержание, провести серьезную работу по подготовке требований к учебным пособиям по этим дисциплинам. Ввести вариативную часть (или иными словами региональный блок), позволяющую учебным заведениям формировать образовательную программу в соответствии с их реальными потребностями и туристскими специализациями регионов;

- организовывать производственные практики в соответствии с туристской специализацией и направленностями туристских потоков. Увеличить период прохождения выездных производственных практик, если того требует производственная необходимость предприятий, предоставляющих места для практикантов. Для этого необходимо сделать более гибким и оперативным процесс перевода студентов на индивидуальные планы обучения, использовать дистанционные методы обучения, если студент не успевает освоить учебный материал в сжатые сроки. Подобные образовательные технологии, конечно, возможны только лишь в том случае, если вуз обладает соответствующим материально-техническим обеспечением, высокопрофессиональным и мобильным преподавательским составом и наличием у последних времени и возможностей для организации дистанционного образовательного процесса. Это, к сожалению, следует поставить как отдельную проблему, требующую регулярных финансовых вливаний;

- для обеспечения дисциплин вариативной (региональной) части образовательной программы учебной и учебно-методической литературы ввести электронную библиотеку учебников и учебно-методических пособий, защищенную авторскими правами и доступную для студентов. Эти издания могут обновляться ежегодно с учетом изменений, происходящих в туристской отрасли. Такая база данных позволит применять дистанционные методы обучения для студентов очной и заочной форм обучения. Подобный опыт успешно применяется в Высшей школе бизнеса ЮФУ на базе сайта Центра дистанционного образования;

- для чтения дисциплин профессиональных блоков необходимо привлекать специалистов – практиков, что и прописано в образовательных стандартах. Однако, зачастую опытным специалистам невыгодно и сложно работать в учебном заведении, поскольку процесс преподавания загружен бюрократической работой, требованиями к

методикам преподавания, низко оплачиваем и отнимает много времени, что тоже является непреодолимым препятствием. В этих условиях штатным преподавателям было бы целесообразно совмещать преподавательскую и производственную деятельность, которая позволяла бы быть в курсе актуальных тем и технологий в туризме.

Библиографический список

1. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования URL: <http://www.fgosvo.ru> (дата обращения: 14.05.2015).

PROBLEMS OF THE ORGANIZATION OF EDUCATIONAL PROCESS IN «TOURISM»

R.I. Sukhov

Southern Federal University, 344019, Rostov-on-Don, st. 23 line 43/36, e-mail: ris@sfedu.ru

In article problems of the organization of educational process in «Tourism» reveal. Recommendations some aspects of educational process allowing to optimize in the conditions of transition to new federal state educational standards of the higher education are provided.

Keywords: educational process, specialty «Tourism», work practice, educational program, educational standard.

УДК 338.48-32

МОДЕЛЬ ТЕМАТИЧЕСКИХ ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОГРАММ

Т.Н.Третьякова

Южно-Уральский государственный университет

454080, г. Челябинск, пр.Ленина, 76, e-mail: ttn1@mail.ru

В статье рассматриваются основные подходы к созданию модели и содержательные линии проектирования тематических экскурсионных программ по Уралу, основанные на требованиях ГОСТ Р 50681-2010 и ГОСТ Р 54604-2011, адаптированных к специфике регионального туризма

Ключевые слова: программный туризм, тематические туры, экскурсионное обслуживание, тематические экскурсии, модель тематических экскурсионных программ.

В теории экскурсионного дела, широко представленной в работах Б.В.Емельянова, Г.П. Долженко, Н.М. Хуусконен, Т.М. Глушанок А.Г. Смирновой, Ю.Н. Александрова и др. основное внимание уделялось методике подготовки экскурсий, технике их проведения, организации экскурсионного дела и содержанию экскурсионного обслуживания населения.

Однако, вопросы моделирования в практике экскурсионного дела еще не нашли должного отражения в современных исследованиях и экскурсионных методиках.

Тем не менее, стандарты туристской деятельности в качестве одного из ведущих положений при проектировании новых услуг выделяют задачу создания модели туристской услуги [1]

В стандарте туристского обслуживания ГОСТ Р 53522-2009 даются следующие определения экскурсии и экскурсионных услуг:

- экскурсионные услуги: Туристские услуги по подготовке, организации и проведению экскурсий;

- экскурсия: Услуга по удовлетворению познавательных потребностей туристов (экскурсантов), заключающаяся в коллективном (или индивидуальном) посещении и изучении определенных исторических, природных, культурных и производственных объектов в сопровождении экскурсовода, гида, гида-переводчика, продолжительностью менее 24 ч без ночевки. [2]

В стандарте туристского обслуживания ГОСТ Р 54604-2011:

- экскурсионные услуги: Туристские услуги по разработке, организации и проведению экскурсий.

- экскурсия: Услуга по организации посещения объектов экскурсионного показа (объекты природного, историко-культурного наследия, промышленные предприятия и др.) индивидуальными туристами (экскурсантами) или туристскими группами, заключающаяся в ознакомлении и изучении указанных объектов в сопровождении экскурсовода, гида, гида-переводчика, продолжительностью менее 24 ч без ночевки.

- экскурсант: Потребитель экскурсионных услуг.

- экскурсовод (гид): Профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами экскурсионного показа в стране (месте) временного пребывания.

- программа экскурсии (экскурсионная программа): Последовательность посещения и изучения объектов показа с предоставлением информации об указанных объектах [3]

В стандартах дается представление о сущности и классификации экскурсионных услуг.

«Экскурсионные услуги включают в себя: услуги по организации и проведению экскурсий; услуги экскурсовода; услуги гида-переводчика; услуги сопровождающего».

В зависимости от тематики экскурсии делятся на обзорные и тематические: исторические, литературные, производственные, экологические и т.д. [2]

Тематические экскурсии раскрывают определенную тему и подразделяются:

- на исторические: историко-краеведческие, историко-религиозные, археологические, этнографические, военно-исторические, историко-биографические;

- производственные: производственно-исторические, производственно-экономические, производственно-технические и профессионально-ориентационные (для учащихся);

- искусствоведческие: историко-театральные, историко-музыкальные, историко-политические, этнографические, экскурсии в картинные галереи, выставочные залы, музеи, в мастерские художников и скульпторов;

- литературные: литературно-биографические (по местам, связанным с биографией и творчеством писателей, поэтов, драматургов); историко-литературные (посвященные определенным периодам развития литературы), литературно-художественные (по местам, описанным в произведениях писателей) и т.п.;

- архитектурно-градостроительные: с показом памятников архитектуры определенного исторического периода и различных архитектурных стилей, связанные с творчеством какого-либо архитектора, а также знакомящие с исторической планировкой и застройкой городов и районов;

- с религиозной тематикой: с посещением объектов религиозных культов и ознакомлением с их историей, участием в обрядах и праздниках и другие. [3,4]

Вместе с тем, в культурно-познавательном туризме мы часто прибегаем к созданию мономодели экскурсионного обслуживания, т.е. когда все темы экскурсионного обслуживания объединены общей темой тура, например «Уральская голгофа», «Горное гнездо Урала», «Мы славяне», «Демидовские гнезда» и т.п.

Модель экскурсионных программ – это искусственно созданный схематический объект, который воспроизводит в определенном виде строение и свойства исследуемого туристско-экскурсионного пространства, отражающий существенные особенности тематической экскурсионной деятельности в конкретном туристском регионе.

Создание модели тематической экскурсионной программы основано на методе познания, состоящем в создании и исследовании технологии моделирования, позволяющей понять сущность проекти-

руемого объекта, управлять данным объектом, прогнозировать последствия реализации модели и решать прикладные задачи, связанные с организацией познавательного процесса.

Модель экскурсионных программ в региональном туризме по своей сути является структурно-информационной знаковой моделью.

Разработанная нами модель тематических экскурсионных программ состоит из блоков: целевой; методологический, включающий подходы (аксиологический, гносеологический, комплексный), принципы (системность, целостность, динамичность, интеграция, полезность), методы (анализ, проектирование, моделирование, показ, рассказ); содержательно-технологический, включающий такие структурные компоненты, как культурно-исторические центры, обладающие соответствующими объектами, брендами и символами регионального туризма, имеющие соответственно историческую, культурную или природную ценность; организационно-технологический блок представлен совокупностью характеристик тематических экскурсионных программ (экскурсионные объекты, виды экскурсионных программ и формы экскурсионного обслуживания), совокупность инфраструктурных элементов тематических экскурсионных программ-поставщиков услуг питания, размещения, транспортного обслуживания и страхования; результативный блок, включающий программу тематического экскурсионного обслуживания, методическую разработку, рекламно-информационные материалы, портфель экскурсовода.

В нормативно-правовых документах, а также в профессиональной литературе под экскурсионной программой понимают последовательность посещения и изучения объектов показа с предоставлением информации об указанных объектах [3].

В практике профессиональной экскурсионной деятельности под экскурсионной программой в культурно-познавательном туре мы понимаем совокупность экскурсий, последовательно представленных в программе тура, формат которых определяется их тематической направленностью, а также условиями организации и реализации тура (музейные, производственные, трансферные, интерактивные, театрализованные, игровые, познавательно-развлекательные, ролевые и т.п.).

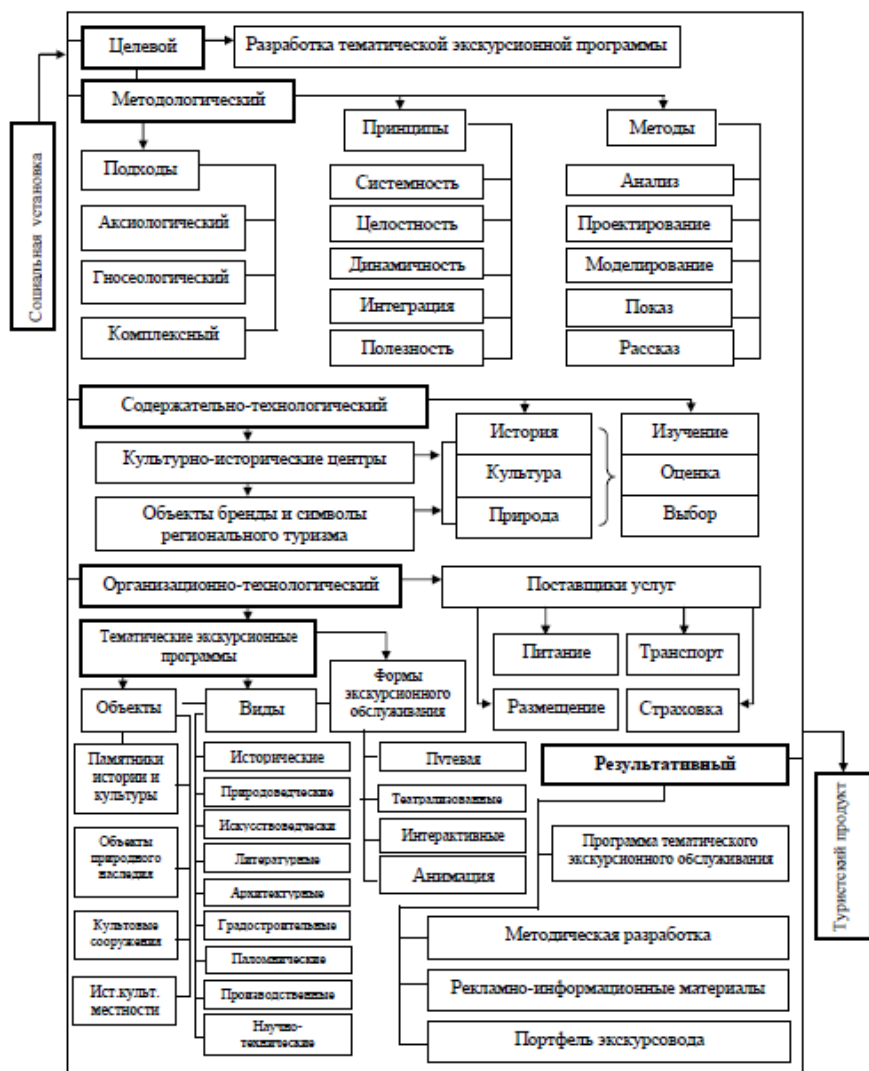
Сфера экскурсионных услуг постепенно занимает более заметное место и приобретает все большее значение в структуре современной туристской деятельности в России, особенно в туристских регионах. Экскурсионная деятельность в силу своей специфики имеет ярко выраженную ориентацию на использование историко-культурных и природных ресурсов туристских регионов России.

Тематические экскурсионные программы посвящены сквозному раскрытию одной темы, если это историческая экскурсионная программа, то в ее основу может быть положено одно или несколько событий, объединенных одной темой, а иногда более продолжительный период времени.

Рассмотрим сущность содержательного блока модели. Если это экскурсионная программа на архитектурную тему, то предметом изучения могут стать наиболее интересные произведения зодчества, расположенные на улицах и площадях культурно-исторических центров, а в большом городе - архитектурные ансамбли минувших веков.

Тематические экскурсионные программы посвящены сквозному раскрытию одной темы, если это историческая экскурсионная программа, то в ее основу может быть положено одно или несколько событий, объединенных одной темой, а иногда более продолжительный период времени. Если это экскурсионная программа на архитектурную тему, то предметом изучения могут стать наиболее интересные произведения зодчества, расположенные на улицах и площадях культурно-исторических центров, а в большом городе – архитектурные ансамбли минувших веков.

Тематические экскурсионные программы могут включать совокупность различных по своей тематике экскурсий и включать одновременно исторические, производственные, природоведческие (экологические), искусствоведческие, литературные, архитектурно-градостроительные.



При этом необходимо учитывать, что по своему содержанию исторические экскурсионные программы могут быть

- историко-краеведческие («История возникновения г. Невьянска», «Из истории Демидовских заводов» и др.);

- археологические (на Аркаиме с показом вещественных исторических источников-раскопок);

- этнографические, рассказывающие о нравах и обычаях разных наций и народностей;

- военно-исторические, которые проводятся по местам боевой славы («Танкоград»);

- историко-биографические – по местам жизни и деятельности известных людей, писателей («Малахитовые сказания» – по творчеству П.П.Бажова);

- экскурсии в историко-краеведческие музеи.

Производственные экскурсионные программы могут быть:

- производственно-исторические (Демидовские заводы, Соляные промыслы Пермского края);

- производственно-экономические (например, банковская, биржевая деятельность, рынок недвижимости и др.);

- производственно-технические;

- профессионально-ориентационные для учащихся.

Искусствоведческие экскурсионные программы могут иметь следующую общность тематики:

- историко-театральные («Из истории театральной жизни Урала», «Музыкальные театры Урала» и др.);

- историко-музыкальные («Урал музыкальный» и др.);

- по народным художественным промыслам («Золотые россыпи Урала», «Урал мастеровой» и т.п.);

- по местам жизни и деятельности деятелей культуры («П. И. Чайковский и Урал»);

- в картинные галереи и выставочные залы, музеи, в мастерские художников и скульпторов («Музыкальная культура Урала», «Каслинское художественное литье»).

Литературные экскурсионные программы могут быть сгруппированы следующим образом:

- литературно-биографические, которые проводятся по местам, хранящим память о жизни и творчестве писателя, поэта, драматурга и т.д. («Бажовский Урал», «Живая летопись Урала в творчестве Мамина-Сибиряка»);

- историко-литературные, раскрывающие определенные периоды развития региональной литературы («Урал литературный», «По следам уральских сказов и легенд» и т.п.);

– литературно-художественные – это экскурсионные программы поэтико-прозаического плана («Иванко-крылатко», «Малахитовая шкатулка») или экскурсии по местам, которые нашли отражение в произведениях того или иного писателя («Горное гнездо Урала», «Каменный пояс», «Они сражались за Родину»-посвященная творчеству писателей и поэтов – участников Великой Отечественной войны и др.).

Экскурсионные программы архитектурно-градостроительного плана можно разделить на серию экскурсий по региону, включающие ряд обособленных подтем:

- экскурсии с показом архитектурных построек данного города;
- экскурсии, связанные с показом памятников архитектуры определенного исторического периода;
- экскурсии, дающие представление о творчестве одного архитектора (Малахова, например);
- экскурсии, знакомящие с планировкой и застройкой городов по генеральным планам;
- экскурсии с демонстрацией образцов современной архитектуры;
- экскурсии по новостройкам.

Тематические экскурсионные программы тесно взаимосвязаны между собой, поскольку основаны на интеграции исторического материала в экскурсиях на архитектурно-градостроительные темы; элементы природоведческих экскурсий находят отражение практически во всех типах тематических экскурсий, что зависит от условий реализации экскурсионных программ, от ресурсов познавательного плана культурно-исторических центров туристского региона, объединенных общей темой экскурсионной программы.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Введен 30.11.2010. М.: Изд-во стандартов, 2011. – 20 с.
2. ГОСТ Р 53522-2009 . Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения. Введен 30.06.2010. М.: Стандартинформ, 2010.– 15с.
3. ГОСТ Р 54604-2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования Введен 01.07.2012. М.: Стандартинформ, 2012. – 20 с.
4. Хуусконен Н.М., Глушанок Т.М. Практика экскурсионной деятельности. СПб.: «Издательский дом Герда», 2008. – 208 с.

MODEL OF THE THEMATIC EXCURSIONS PROGRAMS

T. N. Tretyakova
South Ural state University
454080, Chelyabinsk, Lenina, 76, e-mail: tn1@mail.ru

The article considers the main approaches to the creation of models and contents lines of designing thematic excursions to the Urals, based on the requirements of GOST R 50681-2010 and GOST R 54604-2011, adapted to the specifics of regional tourism.

Keywords: guided tours, themed tours, excursion service, themed excursions, special tour programs, model of the excursions programs.

УДК 908 (470.53)

УЧЕТ ДИНАМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ И ПРОЕКТИРОВАНИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ МАРШРУТОВ

Т.Л. Ульянова

Ярославский государственный педагогический университет имени К.Д. Ушинского, 150000, г. Ярославль, ул. Республиканская, 108,
e-mail: yagpu.tourism@yandex.ru

Научные руководители: зав. туризма и СКС ЯГПУ им. К.Д. Ушинского, доцент, к.г.н. *Морозова В.В.*,
ведущий научный сотрудник кафедры физической географии мира и геоэкологии МГУ им. М.В. Ломоносова, проф., д.г.н. *Колбовский Е.Ю.*

В статье рассматриваются закономерности планирования туристско-рекреационных маршрутов. Характеризуются изменения их характеристик в пространстве вмещающего ландшафта. Предлагается учет динамики как прогноз состояния маршрута и окружающей среды.

Ключевые слова: маршрут; ландшафт; планирование; локальные препятствия; специальные структуры маршрута, основа маршрута

Учет динамических факторов представляет собой прогноз изменений, которые происходят в пределах маршрутного коридора и в пространстве его вмещающего ландшафта на протяжении периода эксплуатации туристско-рекреационного маршрута. Классифицировать их можно на две группы: антропогенного происхождения и природного характера. Первая группа факторов определяется способами передвижения по маршруту или спектром его рекреационных возможностей в периоды функционирования. Согласно исследованиям Г.А. Исаченко динамика ландшафтов рассматривается как набор всех его состояний с четко выраженным годовым циклом различной длительности и переходов между состояниями. Для территориального планирования наи-

большее значение имеет учет их длительно-временных или многолетних состояний (длительностью десятки и сотни лет), средне-временных (от 1 года до 10 лет) и кратковременных (менее 1 года). Поскольку территориальное (пространственное) планирование всегда имеет дело с неоднородной территорией, где степень этой неоднородности возрастает с увеличением размеров планируемого пространства, то для туристско-рекреационной деятельности большое значение имеет линейно-сетевой принцип выделения земель согласно исследованиям Б.Б. Родоман. Упорядочить вариативные значения вышеотмеченных концепций позволяет стратегия маршрутного развития туризма, которая способствует выбору конфигурационных особенностей маршрута, локальных препятствий для туристско-рекреационного района в пространстве вмещающего ландшафта (культурного или природного). Таким образом, учет динамических показателей может быть конкретизирован маршрутными параметрами.

В свою очередь анализ динамических факторов необходим как на стадии планирования и проектирования маршрута, так и этапов его сохранения, преобразования. Они проявляются в экологических и эстетических характеристиках маршрутов. Согласно исследованиям В.П. Чижовой прокладывание тропы, выбор маршрута, мест остановок тесно связаны со сложившейся рекреационной ситуацией и системой объектов туристского интереса. Однако, задача обустройства маршрута, если она запланирована, характеризуется параметрами его подготовки для различных типов посетителей или способов передвижения по нему: пеших, конных, велосипедных, моторизированных и пр. Каждый из них обладает набором проектировочных требований к линии маршрута, его коридору, полотну, локальным препятствиям и сооружению дополнительных структур (мостов, дамб, оборудованию стоянок, маркировке). В частности, для маршрута с сочетанием посетителей с различными способами перемещения необходима двойная или тройная ширина маршрута, исключающая помехи их параллельного движения и пересечения с учетом пиков нагрузки в течение годового цикла. Для цели геоэкологической стабилизации значим мониторинг и сохранение противоэрозионной структуры маршрута с учетом прогноза изменений его состояния в пространстве вмещающего ландшафта. Например, маршрутному основанию требуется дополнительный уход на склонах в холмистой местности, где необходима разметка центральной линии, сохранение ее основания с выкапыванием террасной конструкции для обеспечения незначительного противоэрозионного уклона тропы и установки больших стационарных объектов (информационных структур), чтобы препятствовать животным и людям идти по краю. Деревья,

бревна, камни и пни минимальной высотой до 1 м в интервале 3-5 м позволят закрыть край нижнего склона маршрута и будут удерживать передвижение животных ближе к середине для увеличения прочности внешнего уступа на склоне. Для сооружения сохраняющих структур, препятствующих эрозии склонов, скатыванию и стиранию тропы используется геосинтетика, среди которой геотекстиль (конструкционный тканевый материал), геосети, георешетки, геоячейки, сочетающиеся с почвой или камнями во многих типах конструкций. Одним из приоритетных направлений работы в стабилизации состояния маршрута является отвод поверхностной воды посредством сооружения водосточков и водных барьеров является. Постоянный водный поток эродировывает основу маршрута и может привести к размывам участков, скоплению стоячей воды на маршрутной ступени, а трафик расширит основание тропы или приведет к ослаблению основания и его спуску вниз по склону. Количество стоков для воды на маршруте определяется постоянством скорости движения водного потока по всей основе маршрута. Приемлемы водные барьеры на маршрутах с уклоном в 5%, а при уклонах в 15-20% они склонны к засорению и должны проектироваться под углом 45° к маршруту [1]. Сооружение мостовых и магистралей используется на заболоченных участках. Масштаб обустройства дренажно-противоэрозионной сети зависит от условий окружающей природной среды и степени нарушений в пределах маршрутного коридора. Таким образом, предполагаемые изменения маршрута могут быть учтены при его планировании и должны отражаться в его проектных параметрах, дополнительных сооружениях, способствующих сохранению его полотна или линии. Конфигурационные изменения маршрута являются признаками воздействий динамических факторов. В частности, появление дополнительных секций может быть определено поиском альтернативных путей обхода потоком посетителей небезопасных участков маршрута или связано с развитием маршрутной сети. Эволюционным проявлением может считаться примыкание к основному «кольцу» маршрута дополнительных «колец» меньшего радиуса или линейных структур, способствующих вариативному временному прохождению маршрута за меньший или больший период времени в разные эксплуатационные этапы.

Ряд вышеотмеченных параметров учета динамических показателей был зафиксирован при анализе туристских маршрутов для конного передвижения в регионах страны и локальных маршрутов рекреационного значения г. Ярославля. Следует отметить, что по количественному показателю конных маршрутов ключевыми ареалами в России являются республики Башкирия, Алтай, Карачаево-Черкесия, Ма-

рий-Эл. Наиболее распространен конно-экскурсионный тип, который в горных регионах сочетается со сплавами. Общая продолжительность пребывания на маршруте составляет 6-15 дней, где на верховое передвижение отведено от 3 до 12 дней на преодоление от 37 до 200 км (от 2 до 6 ч./день). Средняя продолжительность сплава для конно-водно-экскурсионных маршрутов от 1 до 4 дней. Усредненный функциональный диапазон с июня по сентябрь, а наиболее широкий спектр с мая по ноябрь в Карачаево-Черкесии. Локальные препятствия в рамках маршрутной езды обладают общим признаком – протяженностью, характеризующейся в единицах измерения расстояний. Они отражают черты поверхности, связанные с особенностями рельефа, гидрографии, характера субстрата и его поверхностного покрытия, видоизменяющихся согласно влиянию климатических или погодных условий. Локальные препятствия могут представлять разнообразные сочетания по степени сложности, которые свойственны определенным туристским районам. Труднопроходимостью отличаются конные маршруты в пространстве природных вмещающих ландшафтов, в частности, горных местностей (среднегорье). Как правило, локальные препятствия являются визитной карточкой туристского района и отражают пространство вмещающего ландшафта. Таким образом, туристско-рекреационный продукт в маршрутном туризме связан с потенциалом территории, но его качество является результатом осознанной доработки посредством обогащения набором рекреационных услуг и ландшафтообразующей деятельностью в рамках обустройства маршрутов.

Характеристика конных маршрутов в пространстве культурного ландшафта города Ярославля позволила выявить, что для верховых прогулок и тренинга лошадей используется сложившаяся рекреационную ситуацию в рамках дорожно-тропиночной сети памятников природы - Тверицкого и Ляпинский бора. Объекты не обладают территориальной целостностью и непосредственно контактируют с элементами жилой и промышленной застройки, активно используются в течение всего года как парковая рекреационная зона (спортивные игры, соревнования, массовый отдых, прогулки с собаками и проч.), подвержены постоянному антропогенному прессу (сбор грибов и ягод, транзитные потоки пешеходов и автотранспорта). Тверицкий бор испытывает наибольшую рекреационную нагрузку по количеству всадников 10 чел/час с середины апреля по ноябрь, а также в кратковременный зимний период с середины декабря по март (10,5 месяцев). Эксплуатационные сроки могут увеличиваться или сокращаться в зависимости от погодных условий, в частности, сильный ветер, осадки, экстремальные температуры не способствуют отдыху на открытом

воздухе, в то время как движение верхом на лошади не приемлемо по скользкому (лед) или замороженному (твердому) грунту. Временной трафик движения по маршруту непродолжительный и составляет от 15 до 45 минут по кольцевому направлению длиной 1 км. В большинстве случаев свойственно активное передвижение всадников рысью и галопом, шагом. По способу передвижения являются мультимаршрутами, то есть используются пешеходами, возможна езда на лошади, велосипеде, на моторизированных средствах по стандартной (земельной или снежной) поверхности маршрута. на территорию плоской основной поверхности первой надпойменной террасы приходится значительная доля длины маршрута в силу большой площади распространения данного местоположения, но не максимальная величина.

Для выявления динамических показателей был проведен анализ пространства вмещающего ландшафта маршрута Тверицкого бора, где выделено одиннадцать местоположений различной площадью, отражающих слабоволнистые морфологические признаки рельефа. Значительная доля длины маршрута приходится на плоскую основную поверхность первой надпойменной террасы. Наибольшая его протяженность и конфигурационная ориентировка определены местоположением слабовогнутого и плоского склона грив первой надпойменной террасы. Вышеуказанное местоположение как линейно-вытянутый морфоскульптурный элемент является первостепенной маркерной зоной для маршрута в пространстве вмещающего ландшафта Тверицкого бора. Основная поверхность первой надпойменной террасы также осложнена дюнами, среди которых плоские вершины дюнообразных превышений преобладают и выступают аттрактивными маркерными точками при прокладывании маршрута. Отмечено развитие эрозионных процессов с формированием ложинно-ложбинной сети со средними звеньями в пределах плоских поверхностей межгивных понижений, что будут ориентирами для избегания маршрута. Для учета динамических факторов были выделены контрольные функциональные точки (30 единиц), определяющие конфигурационные параметры, взаимосвязанные с аттрактивными элементами, сопутствующим использованием территории, наличием помех движению, проявляющихся в необходимости дренирования участка маршрута или растительной расчистки для сохранения маршрутного коридора. Отмечены виды негативных воздействий маршрута на пространство вмещающего ландшафта, среди которых расширение маршрутного коридора, колеиное и траншейное его углубления на склоновых участках с обнажением корневых систем древесной растительности.

Динамические показатели определяют цель предназначения маршрута относительно уровня ожидаемого использования и количества посетителей, характеризуются пространством вмещающего ландшафта с его экологическими и эстетическими признаками. Учет динамических тенденций определяет эволюцию маршрута с преобладающими признаками его развития или деградации.

Библиографический список

1. Hesselbarth W., Vachowski B. Trail construction and maintenance notebook. Washington: USDA Forest Service Technology and Development Programm Missoula, 2000.140 p.

DINAMIC FACTORS IN PLANNING OF TRAILS

T.L. Ulyanova

Yaroslavl state pedagogical university of K.D. Ushinsky, 150000, Yaroslavl, street
Respublikanskaya, 108, e-mail: yagpu.tourism@yandex.ru

In the article a specific of the process of trail planning is considered. The change of landscapes and trail characteristics are marked. The dynamic of landscapes and trails are going to change of maintain.

Keywords: trail; landscape; process of planning; local obstacles; special structures of trail; trail bed.

УДК 908 (470.53):821

ТУРИСТСКОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЛИТЕРАТУРНЫХ МЕСТ

А.В. Фирсова

Пермский государственный национальный исследовательский
университет, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, e-mail:

firssowa@mail.ru

В статье рассматриваются особенности туристского проектирования усадебных территорий вокруг литературных музеев. Проектирование новой экспозиционной среды значительно расширяет возможности музейных экскурсий, предлагает новые технологии презентации литературного наследия, создает новые маршруты. При разработке концепции проекта используется историко-биографический метод и семантический анализ художественного текста. Анализ текста подчинен прагматической задаче создания нового туристско-рекреационного объекта.

Ключевые слова: туристское проектирование, литературное место, прагматика литературы, Василий Каменский, Борис Пастернак.

Проектирование туристско-рекреационных объектов входит в практические задачи девелопмента – деятельности, направленной на

развитие территории. Как правило, проект начинается с создания концепции функционального использования места [4]. Мы рассмотрим подходы к проектированию туристских объектов, которые возникают при взаимодействии географического места, биографии писателя и литературного произведения. В туристской традиции такие объекты называют *литературные места* и к ним относят: адреса жизни и маршруты путешествий автора; адреса и маршруты литературных героев; ландшафт, запечатленный в художественном произведении; места разыгрывания литературного сюжета «*locus poesiae*» [9]. Перечисленные объекты и их связи формируют *поле литературных экскурсий* [10]. Функциональная нагрузка данных мест связана с экскурсионной, образовательной и творческой деятельностью посетителей.

Специфика литературных экскурсий состоит в том, что основным «объектом показа» являются художественные образы произведений, мировоззрение писателя, творческий метод. Т.е. объекты нематериальные, о которых возможно рассказывать, но сложно показывать. Поэтому при проектировании литературных мест (музея, усадьбы, парка, маршрута) специалисты активно используют фрагменты художественного и биографического текста и соединяют их с существующими реалиями, либо, создают дополнительные арт-объекты, которые «воспроизводят» на местности фрагменты биографии или замысел произведения. Арт-объекты в занимательной форме, образно и точно характеризуют личность писателя, поэтику его произведений. Некоторая «лубочность» литературного арт-объекта обусловлена с одной стороны его символической природой, с другой – кратким временем экскурсионного рассказа. Рассказ во время экскурсии должен быть ёмким, образным, будить воображение и вызывать впечатление.

В качестве примера рассмотрим концепции двух пермских проектов по благоустройству литературных мест. Первый – «Путь энтузиаста» – выставочно-экспозиционный комплекс на территории усадьбы дома-музея Василия Каменского в с. Троица, Пермского района был реализован при поддержке Министерства культуры Пермского края. Второй – «Сад Пастернака» – мемориально-ассоциативный ландшафт во Всеволодо-Вильве – существует пока в виде концепции. Оба проекта направлены на благоустройство территории прилегающей к музею, преодолевают ограниченность музейного пространства и создают новые экспозиции как особую интерактивную коммуникативную и образовательную среду.

Мемориальный дом-музей В. Каменского в селе Троица – важная составная часть современного культурного пространства региона, здесь создана непринужденная творческая атмосфера для встречи талантливых людей, что определяет его туристическую привлекательность [2]. До создания проекта, комплекс услуг, предлагаемых музеем, был ограничен: обзорные экскурсии по дому и массовые гуляния на Масленицу и Троицу. В 2014 г. на территории усадьбы был создан новый выставочный комплекс. Он позволил значительно расширить экспозиционное пространство дома-музея, увеличил количество и протяженность экскурсионных маршрутов, пропускную способность музея, для посетителей посещение музея превратилось в настоящее приключение.

Экспозиционно-выставочный комплекс представляет собой ряд интерактивных экспозиционных площадок, которые акцентируют внимание посетителей, как на разных сторонах личности Каменского, так и на разных объектах усадьбы. Василий Каменский шагал по жизни широкими шагами. Жизнь этого удивительного человека – путь энтузиаста, полный новых событий. Поэт, авиатор, лектор, художник, агроном, рыбак, охотник, революционер, архитектор – каждое свое увлечение Каменский реализовывал с размахом, в каждом был настоящим профессионалом. Усадебный комплекс «Путь энтузиаста» позволяет посетителю музея быть не столько «гостем Каменского», сколько «быть Каменским». Каждый шаг по «Пути энтузиаста» – это шаг в новое время, время стать другим собой, другим Каменским.

«Путь энтузиаста» состоит из размещенных на территории усадьбы арт-объектов (площадок), каждая из которых связана с определенным увлечением Каменского.

– «Еловый кабинет»: место философских размышлений. Здесь можно сложить «железобетонную поэму» из рифм Каменского или написать свое собственное стихотворение, презентовать которое можно в кафе поэтов – месте поэтических баталий.

– «Мастерская художника»: творческая лаборатория, где любой желающий, даже не имея навыков рисования, сможет написать портрет, или автопортрет, при помощи специального интерактивного оборудования.

– «Пристанище рыбака»: привлечёт всех, кто хоть раз ловил «во-о-о-т такую» рыбу, и тех, кто о рыбалке ничего не знает. Здесь единственная в мире выставка рыбацких баек.

– «Печатный зал»: не только выставка всевозможных печатающих устройств, но и творческая мастерская для всех, кто хочет попробовать себя в роли продюсера или культуртрегера.

– «Круглая веранда» – эстрада и трибуна, выглядит как во времена хозяина дома.

– «Авиаclub» – представляет собой модель аэроплана «Блерио», хранит дух авиаторов прошлого и хроники первых полетов, а смотровая площадка на самой крыше аэроплана – лучшее место, чтобы примерить старый авиационный шлем и представить себя за штурвалом.

«Путь энтузиаста» стал дополнительным инструментом для привлечения посетителей в мемориальный дом-музей В. Каменского, он способствует включению данной территории в сферу событийного туризма, привлекает внимание к музею как к динамично развивающемуся и перспективному туристическому объекту, разрушает стереотип восприятия музея как хранилища «мертвых вещей».

«Дом Пастернака» – музей во п. Всеволодо-Вильва, центр литературного туризма на севере Пермского края. Имя Бориса Пастернака и горнозаводской ландшафт Александровского района привлекают группы школьников и взрослых экскурсантов. Музей не раз становился центром научного туризма, на его площадке проводились международные и всероссийские конференции «Любовь пространства...»: поэтика места в художественном мире и судьбе Пастернака» (2006), «Очаги культуры в провинции: опыт картографии» (2008), «Человек в ландшафте» (2015). С 2011 г. здесь проходит ежегодный региональный конкурс для старшеклассников «Пастернаковские чтения». Музей посещают участники всероссийского фестиваля керамики «Terra cotta на Вильве».

Дом Пастернака – это воссозданный по чертежам 1890-х г. дом управляющего. В 1915 – 1916 гг. здесь жила семья выдающегося химика Бориса Збарского и его гости – публицист Евгений Лундберг, поэт Борис Пастернак. Единственный подлинный свидетель тех лет – *кедр*. Он растет напротив парадного крыльца, вокруг него установлены скамейки, в хорошую погоду именно здесь начинается рассказ. Затем экскурсантов проводят через веранду дома, где установлен «венский стул» – место, где фотографировался будущий нобелевский лауреат. Далее – в кабинет управляющего и «зеленую гостиную» – уютную залу с овальным обеденным столом и фотоснимками жителей дома. В этой гостиной короткий период зимы и весны 1916 г. царил творческая атмосфера, его участники обсуждали литературу и поэзию, политику и науку. Здесь были написаны признанные шедевры пастернаковской лирики «Марбург», «На пароходе». Пермский период сыграл значительную роль в самоопределении Пастернака и в его

творчестве [1]. Рассказом о творческом выборе в пользу поэзии, который совершался здесь, во Всеволодо-Вильве, обычно заканчивается музейная экскурсия. Но именно в этот момент посетители готовы к восприятию произведений поэта, готовы «осязать» образы его лирики. К сожалению, музей не обладает дополнительным экспозиционным ресурсом. Таким новым смысловым пространством мог бы стать «Сад Пастернака» – мемориально-ассоциативный ландшафт на приусадебной территории.

Сад будет состоять из деревьев, встречающихся в лирике Пастернака. Примечательно, что на участке с южной стороны уже растут любимые поэтом тополя, липы, берёза. В северо-западной части сада, за музеем, где сырая земля, место благоприятное для белой ивы – ветлы. С западной стороны музея, ближе к старому руслу реки Вильвы, легко приживутся долговечные сосны. Ближе к музею, мы предлагаем посадить рябины и берёзу так, чтобы видно было каждое дерево. И, конечно же, у музея непременно должна расти сирень. Ей отведем место слева от входа в музей в юго-восточной части участка.

Все перечисленные деревья и многие другие фитонимы, встречаются в лирике Пастернака. Многие растения приобретают устойчивые символические значения: липа – «общительный свидетель», тополь – «спираль времени», хвойные деревья – символ вечного и незыблемого, сирень, жасмин, черемуха, акации – утонченно-чувственного [5].

Не только отдельные деревья, но и сам «сад» является важным, многоплановым образом в лирике поэта. Во-первых, это символ вечной самообновляющейся жизни. Идея самообновления реализуется в организации художественного пространства сада. Сад в ранней лирике Пастернака простирается более по вертикальной оси, нежели горизонтальной. Ось соединяет небо и землю, дно пруда и яблони, тучи и крапиву, просветы в небе и болото. Вертикальная ось задает в качестве главного натурфилософский аспект картины мира, здесь нет процесса восхождения к идеалу, есть состояние торжества бытия, жизни как самодостаточной страсти [8]. Второй символ – «сад» как прообраз творчества. Между деревьями и поэтом существует внутренняя связь: крепкое переплетение ветвей воспринимается поэтом как ткань-текст или прото-текст. Но в то же время деревья, растения, сад, лес у Пастернака выступают не как метафоры, а как живые деревья в своем вещественном величии и земной красоте: *Деревья, только ради вас/ И ваших глаз прекрасных ради / Живу я в мире первый раз,/ На вас и вашу прелесть глядя* [6]. Еще один символ «сад» как альтер-эго поэта. В известном стихотворении «Зеркало» сад

отражается в трюмо, зеркальная глубина впитывает его вторую жизнь. Но вот уже оказывается, что это вовсе не зеркало, а герой способен впитать в себя сад, перевоплотиться и ощутить родство с жизнью, стать равным ей. Образ «я – сад» один из сквозных в поэзии Пастернака. Лирический герой видит в себе подобие, повторение, продолжение сада. Природа, берется поэтом в непривычном ракурсе – не статично, как пейзаж, и даже не как пейзаж души, а как *движение*, как процесс переживания мира, обновления героя [3].

Мы предлагаем воспринимать Сад Пастернака *в движении*. Каждый шаг по «Саду Пастернака» – это шаг по этапам становления личности, он демонстрирует вехи жизни поэта и любого человека, тот мир вещей, что окружает нас и становится предметом вдохновения. Сад состоит из тематических зон оформленных деревьями, кустарниками и арт-объектами, которые образуют экспозиционные площадки. За каждым растением стоит определенный поэтический образ, который помогают раскрыть арт-объекты:

– «Детство» оформлено площадкой с куртиной смородин и тополями. Среди тополей установлен арт-объект «качели». Тополь – свидетель времени, он поворачивает время вспять к детству, лету, *Весна, я с улицы, где тополь удивлён,/ Где даль пугается, где дом упасть боится,/ Где воздух синь, как узелок с бельём/ У выписавшегося из больницы* [6]. Где радость, шум, домашние хлопоты: *Лист смородины груб и матерчат./ В доме хохот и стекла звенят,/ В нем шинкуют, и квасят, и перчат,/ И гвоздики кладут в маринад* [6].

– «Дороги» предлагаем оформить группой белой ивы (ветлы) и сосен. Арт-объект этой площадки – карта легендарной Биармии, образная карта Урала. Ивы и сосны оформят путешествие поэта от Москвы до Урала: *Навстречу мне на переезде/ Вставали вётлы пустыря; И сосны, повстав и храня иерархию/ Мохнатых монархов, вступали/ На устланный наста оранжевым бархатом/ Покров из камки и сусали* [6].

– «Влюбленность» будет оформлена аллеей из акаций и сирени, их ароматом наполнена любовная и пейзажная лирика: *И вдруг объявляется отдых./ И всюду бросают дела:/ Далёкая молодость в сотах,/ Седая сирень расцвела!* [6].

– «Разлука» оформлена группой рябин и арт-объектом «Распахнутая дверь». Рябина – символ горькой судьбы, разлуки, несостоявшейся любви в традиционной лирике. Именно в таком ключе она встречается в романе «Доктор Живаго», глава «Рябина в сахаре».

– «Творчество». За группой рябин, на их фоне отдельно стоящая раскидистая береза – как место творчества: *И в мире красок чище нет,*

Чем цвет берёз светло-зелёных [6]. В биографии поэта есть эпизод, где он вспоминает начало творчества в «воздушном кабинете», в ветвях большой старой березы, где он впервые в жизни писал стихи не в виде редкого исключения, а часто и постоянно, как занимаются музыкой или пишут живопись. Под березой предполагается установить арт-объект «Конь-скамейка» – метафора «оседлать коня» – найти свое призвание в творчестве Пастернака.

– «Зрелость» оформлена линией лип, арт-объект под ними – стол для чаепития «Соты зрелости». Это тематическая зона, посвященная семье и гармонии, реализации своего призвания: *Я б разбивал стихи, как сад. Всей дробью жилок/ Цвели бы липы в них подряд,/ Гуськом, в затылок* [6].

– «Преображение». Все тропинки сада сходятся к центральному дереву – кедру. Вечнозеленый кедр символ вечности и преображения. Арт-объект «Семена». Во время экскурсии звучат стихотворения, в которых главными являются символы жизни и поэт – это голос природы: *Природа, мир, тайник вселенной,/ Я службу долгую твою,/ Объятый дрожью сокровенной,/ В слезах от счастья отстою* [6].

Организованный подобным образом сад позволит совершить осязаемое путешествие по художественному миру пастернаковской лирики, где подлинными участниками, собеседниками и друзьями являются Природа, Бог, Женщина, Смерть и Призвание [7]. Визуализируя образы художественного текста, мы создадим новый туристско-рекреационный объект и экскурсионный маршрут. Он будет выполнять информационную и эстетическую функции, объединит территорию и музей в единое пространство.

Подведем итог, туристское проектирование литературных мест невозможно без изучения биографии писателя, без семантического анализа художественного текста. Не менее важно продумать технологию превращения художественных образов в объект показа на местности. Литературное наследие в данном случае будет выполнять не только просветительские функции, но и прагматические задачи обустройства туристских мест.

Библиографический список

1. *Абашев В.В.* Место и текст. Заметки о стихах, написанных во Всеволодо-Вильве // «Любовь пространства...»: Поэтика места в творчестве Бориса Пастернака. редактор М.: Языки славянской культуры, 2008. С. 43-68.
2. *Антипина З.С. Яркова О.В.* Дом-музей В.В. Каменского в социокультурном пространстве с. Троица // Дергачевские чтения -

2011. Русская литература: национальное развитие и региональные особенности. Екатеринбург, 2012. Т. 3. С. 234-236.

3. *Бурдина С.В.* Пространство лирики Пастернака конца 1910-начала 1920-х годов: «Даль», «Сад» // «Любовь пространства...»: Поэтика места в творчестве Бориса Пастернака. М.: Языки славянской культуры, 2008. С. 189-198.

4. *Зырянов А.И.* Географические технологии туристского проектирования / А.И.Зырянов; Перм.ун-т. Пермь, 2010. 119 с.

5. *Копытов Н.Ю.* К семантике фитонимических образов в лирике Пастернака // Вопросы истории и культуры Пермского Прикамья: «Строгановские чтения». – Материалы Всероссийской научн.-практ. конференции. Березники, 2004. С.147-150.

6. *Пастернак Б.Л.* Собрание сочинений в 5 т. / Б.Л. Пастернак. – М, 1990.

7. *Пруайар Ж.* «Привлечь к себе любовь пространства...» // «Любовь пространства...»: Поэтика места в творчестве Бориса Пастернака. М.: Языки славянской культуры, 2008. С. 111 -122.

8. *Спивак Р.С.* Вертикаль в художественном пространстве сада Б. Пастернака (1910-1920-е годы)// Любовь пространства...: Поэтика места в творчестве Бориса Пастернака. М.: Языки славянской культуры, 2008. С. 199-210.

9. *Топоров В.Н.* Петербургский текст / В.Н. Топоров; Отделение историко-филологических наук РАН. М. : Наука, 2009. 820 с.

10. *Фирсова А.В.* Литературное картирование пространства в туристских проектах /Вопросы географии – М. Сб. 139: Теория и практика туризма / Отв. ред. В.М. Котляков, В.И. Кружалин, Н.В. Шабалина. – М.: Издательский дом «Кодекс», 2014. С.384-403.

TOURIST DESIGNING OF LITERARY PLACES

A.V. Firsova

Perm State University, 614990, Perm, street Bukireva, 15,
e-mail: firssowa@mail.ru

The article considers features of tourist designing literary places, namely manor territories around literary museums. Designing a new expository environment significantly expands possibilities of the museum excursions, offers new technologies of presentation literary heritage, creates new routes. While creating a project concept is used historical and biographical method and structural-semantic analysis of a literary text. Text analysis is subject to pragmatic task of creating a new tourist and recreational facilities.

Key words: tourist designing, literary place, excursion, pragmatics literature, Vasily Kamensky, Boris Pasternak.

ТУРИСТСКИЙ ИМИДЖ ПЕРМСКОГО КРАЯ: ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ И ЖИТЕЙСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ

Н.В. Харитонов, Н.Г. Шапошникова

Пермский государственный национальный исследовательский университет, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, e-mail: turizm@psu.ru

Освещено мнение турагентств и жителей по вопросам, отражающим понимание туристского имиджа Пермского края, его ассоциативные связи, степень привлекательности и предпочтительности туристских объектов.

Ключевые слова: имидж территории, туристский имидж, туристские объекты.

Имиджу территории (региона) посвящено немало исследований (Минаев А.А., Осетрова А.А., Панкрухин А.П., Парфиненко А.Ю. и др.) в каждом из которых сделана попытка дать определение этому понятию в целях разработки принципов его создания и поддержания. Большинство авторов сходятся во мнении, что в основе имиджа территории – сопоставление всех признаков территории, нашедшее отражение в эмоциональных и рациональных представлениях людей и совпадающее с их собственным опытом. К компонентам территориального имиджа относят природно-климатические, исторические, этнические, политические, экономические особенности территории, её статус, место в рейтингах внутри страны и за рубежом и др. Можно говорить, что имидж территории охватывает большинство её признаков и является комплексным, интегрированным понятием. Имиджем интересуются, прежде всего, те, кто имеет какие-либо намерения, связанные с конкретным местом: хотел бы жить или отдыхать, работать, завести бизнес, инвестировать, сделать профессиональную или политическую карьеру, влиться в этнический анклав и др. Важен ли имидж территории для её жителей? Представляется, что да, хотя бы потому, что положительный имидж, вызывает чувство гордости от проживания здесь. Важен ли он для тех, кто хотел бы временно побывать в той или иной местности? Безусловно, поскольку имидж – это своеобразная визитная карточка региона, города, любого другого поселения.

С развитием туризма, укрепилось мнение, что туристский имидж следует рассматривать как составную часть территориального, что находит отражение в определениях его понятия. Так Василенко И.Е. определяет туристский имидж региона, как совокупность символически выраженных эмоциональных и рациональных

представлений о своеобразии и специфике региона, сформированных в сознании групп общественности (реальных и потенциальных туристов) [1]. Джанджугова Е.А. считает, что это целенаправленное специально формируемое в общественном или индивидуальном сознании позитивное представление о туристских возможностях региона средствами психологического воздействия [4]. Есть точка зрения, что туристский имидж объекта/региона – это набор значений и впечатлений, благодаря которым достигается дифференциация региона в человеческом сознании, предполагающая формирование ориентированного на перспективу позитивного отношения к носителю имиджа [2]. Рассматривается туристская территория и с позиций маркетинга, как совокупность туристских продуктов, разработанных на базе туристических ресурсов и инфраструктуры определенной территории, сконцентрированную во времени и в пространстве и предназначенную для определенных категорий потребителей [3]. Концепция имиджа и бренда туристской дестинации представляет, по мнению исследователя, доминирующую творческую идею, построенную на символизации основных ценностей, ресурсов территории, воплощенную в смысловом, графическом, звуковом, анимационном выражениях и пр.

В определении туристского имиджа обязательно присутствует привлекательность территории в целом, её своеобразие, но ключевым звеном выступает наличие туристских аттрактантов, а также таких составляющих, которые определяют высокую конкурентоспособность региона в борьбе за потенциальных туристов (безопасность, сервис, развитая инфраструктура, символика). Исследователи считают, что имидж не возникает сам по себе, его следует формировать, поддерживать, развивать и поэтому уделяют внимание принципам его создания и факторам, влияющим на его формирование.

Под факторами, формирующими туристский имидж, подразумевают, прежде всего, то, что привлекает туристов в территорию, побуждает ее посетить. К причинам относятся:

- климат, природные и сервисные ресурсы,
- реальные и псевдореальные исторические достопримечательности и объекты,
- общие ценности, чувства, идеи и возможности,
- местная культура: кухня, массовые мероприятия, литература, традиции и др.,
- коммуникации, формы и каналы распространения информации.

Перечисленные факторы соответствуют теории «взгляда туриста» британского социолога Урри (The Tourist Gaze), изложенной в книге «Брендинг территории. Лучшие мировые практики» Кейта Динни [5]. Согласно теории турист предполагает поездку куда-либо в поисках зрительного впечатления, которого он не получает дома или на работе, а его основным занятием является «глядеть на знаки», которые он узнал из медиаисточников (путеводители, статьи, фильмы, реклама и пр.). Массовый турист (коллективный взгляд) не смотрит на то, что интересует местных жителей, а постмассовый (романтический взгляд), желает побывать как в реальном историческом месте и увидеть его глазами тех, кто тут живет, так и в местах приманках.

Говоря о причинах имиджа местности, можно утверждать, что практически нет внутренней российской территории, которая бы не имела всего или большинство вышеперечисленного. К таким землям относится Пермский край, и мы заинтересовались представлением профессионалов туризма и жителей о его туристском имидже. С этой целью был проведен опрос в Интернете (на ресурсах Вконтакте, Мэйл ответы), письменный опрос студентов ПГНИУ и турагентств города Перми: «Перминтур», «Солана», «Вероника Трэвел», «Белый камень», «Зеленый Ветер», «Затерянный мир», «7 ветров», «Валида тур», «Дельфин», «Северный Урал», «Чердын тур», «Экспресс тур», «Сак-вояж», «100 дорог». Задано 13 вопросов (закрытых и открытых) для выяснения мнения об имидже края, а также выявления насколько хорошо люди знают о его туристском предназначении и культурно-историческом наследии.

Для ответа на один из ключевых вопросов – что респонденты понимают под туристским имиджем – были предложены 3 варианта определения туристского имиджа:

1) совокупность эмоциональных, рациональных представлений о туристском потенциале, основанных на: собственном опыте или слухах (по Тарановой Ю.В.);

2) специально формируемое позитивное представление о туристских возможностях территории (по Крашкиной Л.И.);

3) символически выраженные представления, отражающие туристское своеобразие территории (по Горохову А.Ф).

Ответы профессионалов туризма и жителей совпали и распределились следующим образом: 45% голосов было отдано второму определению, 30% сочли верным первое и 25% отдали предпочтение третьему определению. По ответам можно судить, что все связывают имидж с туристскими возможностями, понимают его как образ, созданный людьми, но большинство считают, что кто-то должен целе-

направленно заниматься его формированием. В личных беседах со специалистами турагентств были названы те, кому в первую очередь следует обратить на это внимание – это администрации края, муниципалитетов, городов, а региону в целом необходима программа по созданию его туристского имиджа.

Следующей задачей было выявить, с чем в туристском отношении ассоциируется Пермский край. Предложенный выбор ответов включал Кунгурскую ледяную пещеру, Границу Европы и Азии, Пермский период, сплавы и походы, арт-объект «Пермяк "солёные уши"», Пермский звериный стиль, Дягилевский балет, Пермь 36, кафе «Хромая лошадь», новый туристский символ «Пермский медведь».

Оказалось, что для жителей, образ края связан, прежде всего, с его природным наследием. На первых позициях Кунгурская ледяная пещера, сплавы и походы, чуть ниже Пермский геологический период. 5% респондентов привели примеры собственных ассоциаций: край промышленный, холодный, северный, закрытый и 3% респондентов в качестве ассоциативной связи выбрали туристский символ региона пермского медведя, бренд, появившийся в октябре 2014 г. Однако, большинство участников опроса (около 62%) только из вопросника узнали о его существовании и высказали очень противоречивые (скорее отрицательные, чем положительные) мнения о его привлекательности. Непопулярность туристского символа можно объяснить тем, что жителям региона не предоставили возможность принять участие в создании и выборе бренда. Его создатели кулуарно сочли убедительным основанием остановить свой выбор на этом животном, так как оно с герба края, достаточно его развернуть анфас и раскрасить. Считаем, что медведь, в качестве символа, не отображает особенностей края и может ассоциироваться с любым северным или сибирским регионом. Необходима прочная ассоциативная связь бренда с историческими, географическими, культурными особенностями территории. Такой связью мог бы стать Пермский звериный стиль (орнаментальный стиль), Соль земли – соль Камская, Вишера и её аттрактанты и др. Поиск символа следовало бы продолжить при активном участии населения и научного сообщества.

Вопреки ожиданиям, участники опроса в свой ассоциативный ряд не включили ни Дягилевский балет, ни пьесу А.П. Чехова «Три сестры», ни Пермский звериный стиль. Можно ли говорить, что они не знают культурного наследия региона? Скорее всего, причина в возрасте основной доли опрашиваемых (19- 25 лет), когда в приоритете активный туризм.

Мнение об ассоциациях было конкретизировано вопросом, какие природные и историко-культурные объекты вы хотели бы посетить как турист? Предложенные ответы включали 7 наиболее интересных для посещения природных и 6 историко-культурных объектов. Ответы, представленные в табл.1 и 2, позволили выявить некоторый рейтинг их популярности у жителей и профессионалов туризма.

Таблица 1

Рейтинг туристского предпочтения природных объектов (по мнению жителей и профессионалов)

<i>Природные объекты (мнение жителей)</i>	<i>Природные объекты (мнение профессионалов)</i>
1.Адово озеро	1.Кунгурская ледяная пещера
2.Вишерский заповедник	2 Каменный город
3.Каменный город	3. р. Усьва, Косьва, Чусовая
4.Водопад Плакун	4.Водопад Плакун
5.Хребет Кваркуш	5.Гора Колпаки
6.Кунгурская ледяная пещера	
7.р. Усьва, Косьва, Чусовая	

Из таблицы видно, что предпочтения жителей как потенциальных туристов отличаются от предпочтений турагентств. Жители хотели бы посетить Адово озеро и Вишерский заповедник (70% опрошенных). Турагентства предпочтений в этих туристских объектах не высказывают. Первое место они отдают Кунгурской ледяной пещере (в среднем за год её посещает около 90 тысяч человек, из них до 80% организовано). На втором месте, как у турагентств, так и у жителей, Каменный город – скальный массив, создающий иллюзию улиц заброшенного города. По данным агентств любители активного отдыха часто бронируют сплавы по рекам Усьва, Косьва и Чусовая, это объясняет их третью строчку в рейтинге. Что касается культурно-исторических аттрактантов (табл.2), то здесь единогласно первое место занимает Белогорский монастырь. Вторую позицию в предпочтениях жителей занимает этномузей «Хохловка», а у турагентств архитектурные ансамбли Чердыни, жители поставили Чердынь в конце предпочтений. Скорее всего, это связано с удаленностью локации для неорганизованных туристов.

Таблица 2

Рейтинг туристского предпочтения культурно-исторических объектов (по мнению жителей и профессионалов)

<i>Культурно-исторические объекты (мнение жителей)</i>	<i>Культурно-исторические объекты (мнение профессионалов)</i>
1. Белогорский монастырь	1. Белогорский монастырь
2. Этномузей «Хохловка»	2. Архитектурные ансамбли Чердыни
3. Оперный театр им. Чайковского г. Пермь	3. Мемориальный музей истории политических репрессий «Пермь 36»
4. Музей «Пермь 36»	4. Этнопарк «Музей истории реки Чусовой»
5. Архитектурные ансамбли Чердыни	
6. Этнопарк «Музей истории реки Чусовой»	

Третье место у турагентств занимает Мемориальный музей истории политических репрессий «Пермь 36», жители же отдали предпочтение Пермскому оперному театру.

В качестве факторов, оказывающих наибольшее влияние на туристский имидж региона, респонденты выбрали наличие уникальных природных объектов, расположенных на территории региона (34%), чуть меньше голосов (30 %) жители отдали историческим и культурным объектам края. Многие из опрошенных считают, что наибольшее влияние на туристский имидж оказывает развитая инфраструктура (20%) и эффективная маркетинговая политика администраций территорий (16%).

Обобщая приведенные и другие, не рассмотренные в данном тексте мнения, можно сделать вывод, что жители и специалисты туризма имеют представление о туристском имидже и вполне уверенно его определяют по отношению к Пермскому краю. Разница в оценках предпочтительности туристских объектов жителями и профессионалами связана с различием подходов к ней. Жители проявляют эмоциональный, познавательный-ориентированный интерес, а турагентства взвешено-коммерческий, где существенную роль играет учет таких факторов как расстояние, возможности доставки, цены и др. Но все сходится во мнении, что имидж края пока связан, прежде всего, с его природными объектами.

Библиографический список

1. *Василенко И.Е.* Имидж России: концепция национального и территориального брендинга. М. Экономика, 2014. 216 с.

2. *Винель И. А.* Образ, имидж, бренд и репутация региона. // Маркетинг в России и за рубежом. М., 2006. Вып. №6 . С. 102 – 113.

3. *Горохов А. Ф.* Комплексный подход к формированию маркетинговой стратегии развития туристической дестинации : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. СПб., 2007.

4. *Джанджугазова Е.И.* Маркетинг туристских территорий : учеб. пособие для студ. высш. учеб. Заведений. М., Издательский центр «Академия», 2006. 224 с.

5. *Динни К.* Брендинг территории. *Лучшие мировые практики* / Под ред. Кейта Динни; пер. с англ. Веры Сечной. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 336 с.

TOURIST IMAGE OF THE PERM EDGE: PROFESSIONAL AND EVERY-DAY PERFORMANCE.

N. V Kharitonova, ,N.G. Shaposhnikova .

Perm state national research University, 614990, Perm, 15 Bukireva , street, 614990; e-mail: turizm@psu.ru

The results of a survey of travel agencies and residents on issues surrounding the understanding of the tourist image of the Perm region, its associative links, the degree of attractiveness and preferences of tourist objects.

Keywords: image of territory, tourism image, tourism objects.

УДК 911.3

ОБРАЗОВАНИЕ И ТУРИЗМ КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ГОРОДСКОГО РАЗВИТИЯ

С.Р.Хуснутдинова, М.В.Сафонова

Казанский федеральный университет,

420008, г. Казань, ул. Кремлевская, 18, e-mail: hsvr@yandex.ru

Статья посвящена изучению социально-экономических факторов развития города. В условиях экономики знаний ведущими социально-экономическими факторами развития крупного города становятся образование и туризм, оказывающие взаимное влияние, а также сказывающиеся на развитии городской среды и улучшении социально-экономического положения города и его конкурентоспособности

Ключевые слова: город, туризм, образование, социально-экономическое развитие.

Яркими характерными чертами постиндустриальной экономики или экономики знаний, основы которой закладываются в крупнейших городах, является, с одной стороны, стремление человека к саморазви-

тию, получению новых знаний, постоянное обучение, а с другой, лидирующее положение человеческого капитала высокого уровня среди факторов социально-экономического развития территорий.

Сочетание указанных тенденций с высокой мобильностью населения приводит к тому, что города, стремящиеся занять приоритетное положение в социально-экономическом развитии, конкурируют не только за инвестиции, но и за людей высокого уровня образования, профессионализма и культуры.

Для достижения указанной цели важно создание и поддержание определенных привлекательных условий, являющихся конкурентными преимуществами города. Какими именно преимуществами обладает город в долгосрочной перспективе определяется при разработке его стратегического плана, в ходе анализа глобальных трендов и внутренних социально-экономических характеристик. Универсальных рецептов успешности города не существует. Однако ряд необходимых условий для конкурентоспособности крупного города можно выделить.

Как уже было указано, современная экономика, а с ней и человек предъявляют потребности в получении и создании новых знаний, а, следовательно, делают систему образования одной из базовых сфер жизнедеятельности города. Получение хорошего образования как условие обеспечения дальнейшего высокого качества жизни является одним из важнейших факторов при принятии человеком решения о переезде в другой город, как правило, более крупный или значимый с точки зрения уровня образования.

Учитывая, что высокая мобильность населения является существенной характеристикой современного мира, система образования становится важным конкурентным преимуществом в привлечении и удержании населения крупного города. В книге «Город в теории: опыты осмысления пространства» Е.Трубина приводит «многослойное» определение мобильности и как «эмпирической данности, которую можно проследить и измерить», и как «центральной характеристики современного мира, близкой по смыслу в одних случаях свободе и креативности, в других – глобализации», а также «как способ чувственного, практического воплощенного обитания в мире», отмечая, что именно мобильность является ключевой характеристикой городской жизни [5, С.510].

В Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан указывается на то, что: «Человек становится субъектом глобального мира, являясь саморазвивающимся мобильным активом» [1, С.9].

В книге «Кто твой город?» Р.Флорида говорит о том, что социологи под мобильностью понимают социально-экономическую мобильность – «степень легкости, с которой люди повышают или понижают свой социальный и экономический статус». По мнению того же автора, социально-экономическая и географическая мобильность «взаимосвязаны и отнюдь не исключают друг друга» [6, С.83]. Выбор места проживания или города напрямую влияет на качество жизни человека. Города и регионы стремящиеся быть лидерами социально-экономического развития учитывают этот факт в долгосрочных стратегиях развития.

Фактически мобильность выражается в пространственных перемещениях, воплощаемых как в миграциях на разный срок и с разными целями, так и в потоках международного и внутреннего туризма. Получение образования, новых знаний и навыков как раз и является одной из целей миграции, а также туризма. Уловив эту тенденцию, международные организации составляют рейтинги городов согласно их привлекательности для студентов. Так согласно международному рейтингу QS, уже не один год лидером рейтинга становится Париж.

По мнению экспертов, подобные рейтинги позволяют оценить не только и не столько университет, но и понять какой будет образ жизни во время учебы – от оплаты проживания и питания до развлечений и проведения свободного времени [2].

Таким образом, признается важность влияния самого города – его среды, инфраструктуры, стоимости жизни - на принятие решения о выборе места получения образования.

Очевидно, что привлечение активной молодежи является приоритетом для города, стремящегося к развитию, как уже указывалось раньше, и попадание в подобные рейтинги является дополнительным конкурентным преимуществом. При этом необходимым условием для включения, например, в рейтинг студенческих городов QS является наличие в городе не менее двух университетов, входящих в рейтинг лучших мировых университетов (QS World University Rankings) и население не менее 250 тыс.чел. [2].

Следовательно, можно говорить о взаимном влиянии университетов как центров образования и города, как места расположения и среды для университета.

Высокий уровень образования, как правило, сочетается с высоким уровнем культуры, в том числе выражающемся в ответственном отношении к природе и собственному здоровью, что в свою очередь ведет к запросам на благоприятную экологическую обстановку в городе – чистота воздуха и улиц, раздельный сбор мусора, качество питье-

вой воды и водоемов и т.п. Таким образом, развитая система образования в целом сказывается благоприятно на социально-экономическом развитии города и запускает механизм развития по спирали – качественная система образования и благоприятная городская среда, привлекают соответствующую молодежь, образованная молодежь способствует сохранению и улучшению городской среды.

Состояние окружающей среды, также как безопасность, коррупция, сосредоточение финансовых, культурных и коммерческих услуг также влияет на положение города в рейтинге студенческих городов [3]. Что лишь подтверждает плотное взаимовлияние и взаимозависимость состояния системы образования и социально-экономической ситуации в городе.

Таким образом, система образования как сфера разнообразных видов деятельности – от ВУЗовской подготовки до частных языковых школ – является активным участником создания «социальной среды» города и оказывает влияние на городскую среду в целом. Молодые образованные активные люди предъявляют высокие требования к качеству городской среды, включая общественные пространства - парки, скверы, набережные; современную инфраструктуру, например, такую как велосипедные дорожки или свободный Wi-Fi. Этому факту следует уделять особое внимание, т.к. в наиболее общем виде, пользуясь терминологией Г.М.Лаппо, можно обозначить два специфических фактора социально-экономического развития города – экономико-географическое положение и качество городской среды [4].

Следует отметить, что современная система образования является не только «поставщиком» знаний и навыков, но и выполняет ряд немаловажных функций как с точки зрения формирования опорного каркаса расселения, так и отдельного города как места расположения организаций образования. Так, в первом случае, развитие системы образования как инфраструктуры услуг высокого уровня наряду с обеспечением доступности за счет автомобильного и высокоскоростного железнодорожного транспорта признается важным принципом европейской полицентричности и развития региональных столиц и городов [7].

Важнейшие функции системы образования с точки зрения развития самого города как места размещения системы образования следующие:

- обеспечение рабочими местами;
- привлечение инвестиций (как бюджетных, так и частных);
- обеспечение рынка труда квалифицированными кадрами;

- инфраструктурное и кадровое обеспечение инновационного процесса;
- участие в формировании местного экспертного сообщества;
- социально-культурная деятельность и формирование «социальной среды» города;
- привлечение туристов [8].

Последняя из указанных функций по списку, но не по значению включена в общий тренд развития туризма крупными городами. Как уже говорилось, Париж является лучшим среди «студенческих городов», показательно, что именно этот город является и лидером в привлечении туристов.

Городская образовательная система является привлекательной для туристов по разным причинам. Так, например, университеты привлекают не только деловых туристов для участия в конференциях, форумах и других научных мероприятиях, или туристов путешествующих с целью посещения историко-культурных достопримечательностей, но и способствуют формированию потоков образовательного туризма.

Путешествие, несомненно, является одним из самых приятных и в тоже время эффективных способов получения новых знаний. В этой связи такое явление, как образовательный туризм, приобретает всё большую популярность. Цель образовательного туризма в приобретении «новых знаний и навыков в рамках учебного процесса, осуществляемого вне территории постоянного места проживания туриста» [9].

Очевидно, что для его развития необходима полноценная образовательная среда и инфраструктура в городе. Именно наличие в городе развитой образовательной системы способствует потокам разных видов образовательного туризма – от языковых курсов, сочетающихся со страноведением, до научных и учебных стажировок, форумов и конференций.

Таким образом, крупные города, обладая диверсифицированной социально-экономической базой, включающей как предприятия индустрии, так и постиндустриальный сектор, как правило, богатое историко-культурное наследие, должны уделять пристальное внимание состоянию и перспективам развития системы образования и туристской инфраструктуры. И та и другая отрасль привлекают в город внешних потребителей и инвестиции, создают определенный социальный микроклимат, создают рабочие места и формирует положительный имидж города.

Кроме того, городам, стремящимся активно развиваться, следует учесть в стратегиях долгосрочного социально-экономического раз-

вития факт взаимного влияния и взаимодействия системы образования, туризма и состояния городской среды. В условиях высокой мобильности людей, а также ведущей роли качества человеческого капитала в городском благосостоянии именно образование и туризм становятся решающими факторами социально-экономического развития крупного города.

Публикация статьи осуществлена при финансовой поддержке РГНФ и Правительства Республики Татарстан в рамках научного проекта №15-13-16004 а(р)

Библиографический список

1. Закон Республики Татарстан «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года»
2. *Курская А.* Рейтинг лучших студенческих городов мира QS: переезжаем за знаниями URL: http://ria.ru/sn_edu/20131120/978031756.html (дата обращения: 11.07.15)
3. *Ланно Г.М.* География городов: Учеб. пособие для геогр.ф-тов вузов. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1997. 480 с.
4. Лучшие студенческие города мира – 2015 URL: <http://ria.ru/abitura/20141125/1032738869.html> (дата обращения: 11.07.15)
5. Трубина, Е.Г. Город в теории: опыты осмысления пространства/ Елена Германовна Трубина. – М.: Новое литературное обозрение, 2013. 520с.
6. *Флорида Р.* Кто твой город? Креативная экономика и выбор места жительства / пер. с англ. М.: Strelka Press, 2014. 368 с.
7. *Холл П.* Мировые города и глобальные города //Агломерации сегодня /под ред. Б.Голдхоорна, Э.Мавлютова, О.Григорьева – НИИПИ Генплана Москвы, 2012. С.11-31.
8. *Хуснутдинова С.Р.* Опорные очки инновационного развития городов //Стратегическое планирование в городах и регионах России: интегрируя мировой опыт инноваций [Текст]: доклады участников VI Общероссийского форума лидеров стратегического планирования 18-19 октября 2007 г. / под ред. Б.С.Жихаревича. – СПб.: Леонтьевский центр, 2008. С.51-52.
9. *Хуснутдинова С.Р., Сафонова М.В.* Образование через путешествие как одно из направлений городского туризма // Фундаментальные исследования. 2014. № 5 (часть 5). С. 1037-1040.

EDUCATION AND TOURISM AS SOCIO-ECONOMICS FEATURES OF THE CITY DEVELOPMENT

S.R.Khusnutdinova, M.V.Safonova
Kazan Federal University, 420008, Kazan, street Kremlevskay, 18,
e-mail: hsvr@yandex.ru

The article is devoted to the study of socio-economics features of the city development. Education and tourism become the leading socio-economics factors of the city development in the knowledge economy. They affect the development of the city environment and improve the socio-economic situation of the city and its competitiveness.

Key words: city, tourism, education, socio-economics development

УДК 911.3

ГОРНОЛЫЖНЫЕ ЦЕНТРЫ ЮЖНОГО УРАЛА КАК ОБЪЕКТ ТУРИЗМА

А.С. Черепанов, Т.Н Третьякова
Южно-Уральский государственный университет
(Национальный исследовательский университет),
454080, г. Челябинск, пр. Ленина, 76
e-mail: andrey_sergeevich13@mail.ru, ttn1@mail.ru

В статье рассматриваются основные характеристики горнолыжных центров Южного Урала.

Ключевые слова: горнолыжные центры, природные ландшафты, рельеф, климат, горные лыжи.

Челябинская область находится на стыке двух частей света – Европы и Азии и занимает южную часть Уральского горного хребта и часть Восточно-Сибирской низменности. Административный центр – город Челябинск, основан в 1736 году, насчитывает свыше 1100 тыс. жителей.

Рельеф области отличается большим разнообразием. Он меняется от холмистых равнин на юге до гор в западной части (так называемая горнозаводская зона, где и находятся основные горнолыжные центры Челябинской области). Климат континентальный, с холодной зимой и сравнительно жарким летом (хотя периоды пиковых температур как летом, так и зимой непродолжительны). Погоду здесь отличает обилие солнечных дней (на юге области солнечного сияния в год больше, чем в Сочи). И особенно это заметно зимой. Сезон катания в среднем длится с ноября до первой декады апреля, когда начинается активное снеготаяние.

Климат Челябинской области – континентальный: зима – холодная и продолжительная, лето относительно жаркое с периодически повторяющимися засухами. Особенности климата связаны с расположением области в глубинах Евразии, на большом удалении от морей и океанов.

На формирование климата существенно влияют Уральские горы, создающие препятствия на пути движения западных воздушных масс.

Зимой территория Южного Урала находится под влиянием Азиатского антициклона. Континентальный воздух, поступающий из Сибири, приносит морозную и сухую погоду, наблюдаются также частые вторжения холодных масс с севера.

На развитие горнолыжного туризма оказывает влияние несколько факторов: продолжительность зимнего периода, высота снежного покрова и величина зимних температур.

Таблица 1

Средние и абсолютные значения атмосферных температур и количества осадков

Станция	Ср. температура воздуха, °С			Абс. макс. темп. °С	Абс. миним. темп. °С	Ср. кол-во осадков, мм		
	год	июль	январь			год	апр.-окт.	нояб.-март
Миный	+1,1	+17,2	-15,8	+37	-47	700	473	227
Кропачево	+1,1	+16,9	-15,0	+37	-48	539	411	128
Таганай, гора	-2,3	+12,2	-12,6	+31	-46	939	667	269
Златоуст	+0,6	+16,4	-12,4	+38	-46	704	519	185
В.Уфалей	+0,3	+16,1	-16,1	+37	-48	531	387	144
Миасс	+0,9	+17,4	-16,2	+38	-47	413	326	87
Челябинск	+1,5	+18,1	-16,4	+39	-46	402	308	94
Октябрьское	+1,2	+18,4	-17,4	+40	-47	330	248	82
Верхнеуралск	+1,2	+17,7	-16,2	+38	-48	372	275	97
Магнитогорск	+1,2	+18,3	-16,9	+39	-46	350	278	72
Троицк	+1,2	+18,4	-17,4	+40	-46	353	269	84
Каргалы	+1,7	+19,1	-16,5	+41	-44	369	279	90
Бреды	+1,9	+19,3	-17,4	+41	-46	347	—	83
Подовинное	+1,0	+18,8	-18	+41	-47	331	—	81

Снежный покров в горнолесной зоне – более мощный (440-480 мм) и продолжительный (165-170 дней).

Продолжительность горнолыжного зимнего сезона здесь, как и на Европейских курортах Среднегорья, – с середины ноября до конца марта, а в отдельных местах эти границы значительно шире. Так на некоторых склонах Уреньги, Нургуша, Большой Суки зимний снег держится с октября по середину апреля. Уровень залегания снега очень высок. Так на склонах Аджигардака высота снежного покрова в среднем составляет до 2 м. Великолепные склоны с перепадами высот от 300 до 700 м и длиной от 1500 до 3500 м расположены порой в непо-

средственной близости от коммуникаций («Аджигардак», Большая Сука, Уреньга). Все это позволяет утверждать, что на территории Челябинской области можно создать горнолыжные центры на уровне мировых стандартов.

В большинстве своем горные территории обладают необходимыми и достаточными туристскими ресурсами, но по сей день рассматриваются как поставщики различных видов сырья. Они остаются слабо развитыми, зачастую деградирующими, представляя собой очаги политической и социально-экономической нестабильности. Особенно это выражено на территории Южного федерального округа России. Это и определяет *актуальность* затронутой темы.

Рассматривая *степень изученности* туристских ресурсов Челябинской области, следует отметить широкое освещение различных аспектов туристского потенциала изучаемого региона в учебной литературе, в энциклопедических и периодических изданиях. Кроме того, при подготовке учебно-научно-исследовательской работы была изучена литература по вопросам географии туризма и отдыха, специализированная литература по экономике туризма.

Теоретико-методологической основой и информационной базой исследования выступили труды отечественных и зарубежных ученых и специалистов в области управления туризмом, в т. ч. официальные федеральные и региональные программы развития горнолыжного туризма, нормативно-правовые акты, методические пособия, материалы периодической печати и научных конференций, статистика развития туризма в РФ.

Целью нашего исследования является выявление туристского потенциала горнолыжных центров Южного Урала для развития туризма. *Объектом* исследования являются туристские ресурсы горных ландшафтов Южного Урала как основа развития горнолыжного туризма. *Предмет* исследования – технико-технологические характеристики горнолыжных центров Южного Урала

Для достижения поставленной цели были определены следующие *задачи*:

- изучить природно-климатические ресурсы Южного Урала для развития горнолыжного туризма;
- провести оценку материально-технического состояния горнолыжных центров Южного Урала;
- выявить проблемы и перспективы развития горнолыжного туризма на Южном Урале.

При выполнении работы использовались следующие *методы*: изучение и анализ научной и учебной литературы в т. ч., анализ картографического материала.

Практическая и теоретическая значимость исследования заключается в том, что основные положения и рекомендации, изложенные в работе, способствуют развитию теории управления горными территориями и могут стать методической основой для разработки стратегических программ развития туризма на горных территориях, создания нормативно-правовой базы регулирования процессов развития горного туризма.

История горнолыжного туризма в Челябинской области восходит к 1938 г., когда преподавателем Саткинского горного техникума, большим энтузиастом горных лыж Перфильевым А.П. была создана первая секция. После войны в 1946 г. в Сатке при детской спортивной школе создается отделение горных лыж, а уже в 1957 г. Сатка принимает на своих трассах Кубок СССР по горным лыжам. С 1953 г. горные лыжи распространяются в Златоусте, Кусе. Несколько позже – в Магнитогорске, Миассе. К 1972 году при спортобществе «Труд» появляется группа энтузиастов горных лыж в Миньяре, которая в дальнейшем послужила основой для создания детской спортшколы и горнолыжного комплекса в Аше «Аджигардак» и горнолыжного комплекса «Абзаково» в Магнитке с оборудованными трассами, профессиональным слаломом и гигантом, супергигантом, женским скоростным спуском, а также детским подъемником.

Огромной популярностью у южноуральцев и жителей соседних регионов пользуются горнолыжные комплексы «Аджигардак» и «Абзаково».

В феврале 1999 г. принято постановление «О развитии Центра горнолыжного спорта, туризма и отдыха на Южном Урале», в котором одобрена инициатива администраций городов горнозаводской зоны (городов Трехгорный, Катав-Ивановск и Усть-Катав) по строительству на горе Завьялиха в районе г. Трехгорный современного горнолыжного центра. В проекте участвовали компании Австрии и Канады. Три этапа реализации Программы рассчитаны до 2005 г.

Горнолыжный Центр включает в себя гостиничный комплекс, более 10 горнолыжных трасс различной категории сложности, рестораны, кафе, восстановительные центры, прокат инвентаря и многое другое.

Создание Центра позволяет развивать на этом участке горнозаводской зоны помимо горнолыжного такие виды туризма, как спелеотуризм, водные и конно-верховые маршруты, охота и рыбалка, дельта-

планеризм и катание на снегоходах, пешие и лыжные походы, горный велосипед и многое другое.

На сегодняшний день на курорте установлена кресельная канатная дорога и построен гостиничный комплекс «Каменный цветок».

Проведенные исследования позволяют утверждать, что климатические условия, характеристики склонов, развитие промышленности и близкое соседство крупных городов России (Екатеринбург, Уфа, Челябинск, Пермь) делают возможным в кратчайшие сроки вывести центр на проектную мощность с высокой окупаемостью.

Таблица 2

Состояние объектов горнолыжного туризма на территории Челябинской области

<i>Наименование объекта</i>	<i>Кол-во трасс</i>	<i>Подъемник</i>	<i>Трансдостав</i>	<i>Количество рабочих месяцев</i>	<i>Ратрек</i>	<i>Снежные пушки</i>	<i>Прокат</i>	<i>Автостанции</i>	<i>Сфера обслуживания</i>	<i>Кемпинги</i>	<i>Гостиницы (уровень)</i>	<i>Наличие ДЮСШ</i>	<i>Мед. служба</i>	<i>Трассы между уровнями</i>
Аша «Алжигардак»	10	7	10	5	+	+	+	+	+	+	10	+	+	+
Миныйр	7	5	8	5	+	+	+	+	+	+	5	+	+	+
Абзаково	15	8	10	12	+	+	+	+	+	+	10	+	+	+
Магнитогорск «Металлург»	9	4	10	12	+	+	+	+	+	+	7	+	+	+
Куса «Евразия»	6	1	5	12	+	+	+	+	+	+	6	+	+	+
Трехгорный «Завьялиха»	13	6	8	12	+	+	+	+	+	+	7	+	+	+
Златоуст «Спорт-Экстрим»	2	1	3	4	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Миасс «Солнечная долина»	11	7	8	6	+	+	+	+	+	+	7	+	+	+
Миасс «Райдер»	5	2	6	5	+	+	+	+	+	+	3	+	+	+
Златоуст (гора Моховая)	2	1	5	5	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Вишневогорск (гора Вишневая)	4	2	5	4	+	+	+	+	+	+	5	+	+	+
Кыштым (гора Егоза)	3	3	7	5	+	+	+	+	+	+	5	+	+	+
Коркино «Снежные холмы»	3	1	5	4	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Деятельность горнолыжных комплексов невозможна без применения различного рода подъемных устройств. Они позволяют продуктивнее использовать горнолыжные трассы, а следовательно, намного повышают оздоровительный эффект зимнего отдыха и качество обслуживания горнолыжников. Престиж того или иного горнолыжного центра прямо зависит от количества и качества его канатных дорог, их производительности.

Урал как магнитом всегда притягивал к себе взоры горнолыжников. Хорошо развитая инфраструктура больших и малых городов помогала освоить многие регионы обширной системы Уральских гор.

Библиографический список

1. *Григорьева Е.В.* Природа Южного Урала. – Челябинск. Юж.-Урал. кн.изд-во, 1999. 205 с.
2. *Зенкин С.Н.* Урал. Горные лыжи // Российский туризм. 2000. №2. С. 63.
3. *Левит А.И.* Южный Урал: география, экология, природопользование. Учебное пособие. Челябинск: Южно-Уральское книжное издательство, 2001. 246 с.
4. Природа Челябинской области. – Челябинск: Изд-во ЧГПУ, 2001. 269 с.
5. *Титов Б.А.* Горные лыжи готовы осенью // Лавка странствий. 2002. №5. С. 8
6. *Третьякова Т.Н.* Особенности проектирования горнолыжных туров в учебном процессе: Монография / Т.Н. Третьякова. – Челябинск: ФГОУ ВПО УралГУФК, 2008. 252 с.
7. *Усатов В.Т.* Карта-схема. Горнолыжные трассы Южного Урала // Приглашение к путешествию. – 2002. – №5. – С. 4.
8. *Чирков А.В.* Наш край – горнолыжный // Приглашение к путешествию. – 2001. – №6.
9. *Чистяков Б.П.* «Ключевой» – ключ к мировой популярности // Приглашение к путешествию. 2001. №5.

THE SKI AREAS OF THE SOUTHERN URALS AS AN OBJECT OF TOURISM

A. S. Cherepanov Tretyakova, T. N

South Ural state University

(National research University),

454080, Chelyabinsk, Lenin Avenue, 76 andrey_sergeevich13@mail.ru, ttn1@mail.ru

The article discusses the main characteristics of the ski resorts of the southern Urals.

Key words: Ski centres, nature landscapes, relief, climate, skiing.

ТУРИСТСКИЕ КОМПЛЕКСЫ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

М.С. Шебалина, А.Н. Дунец

Алтайский государственный технический университет,

e-mail: dunets@mail.ru

Обосновывается необходимость использовать понятие «туристский комплекс» на примере изучения сферы туризма Алтайского края. Представлены наиболее перспективные туристские комплексы региона.

Ключевые слова: туристский комплекс, кластеры, Алтайский край

Территория Алтайского края обладает разнообразными туристскими ресурсами и специализированной туристской инфраструктурой, что позволяет развивать множество видов туризма: лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный, спортивный, сельский и др. В последние годы в крае идет работа по формированию туристских комплексов.

Комплексному подходу к изучению туризма посвящено большое количество работ отечественных ученых. Прикладная цель исследования туристского комплекса заключается в совершенствовании системы взаимосвязей между туристско-рекреационным хозяйством и другими отраслями народно-хозяйственного комплекса региона [3].

Туристский комплекс включает в себя: туристскую индустрию, туристские ресурсы (природные и историко-культурные) и потребителей туристского продукта.

Туристский комплекс региона включает совокупность профильных предприятий, функционирующих на базе таких комплексобразующих структурных компонентов, как производственная, технологическая, ресурсная и инфраструктурная подсистема, взаимодействующая на основе общих процессов туристско-рекреационного производства и предоставления населению туристско-рекреационных услуг [1].

Организационно-управленческая основа формирования туристского комплекса представляет собой, прежде всего сочетание органов власти, ответственных за развитие туризма и организаторов туризма (включая их объединения). Направления развития туризма и его организационно-управленческой структуры наряду с федеральными нормативно-правовыми документами определяются региональными целе-

выми и комплексными программами и схемами территориального планирования [2].

Обеспечением реализации на территории Алтайского края государственной политики в сфере туризма занимается Управление Алтайского края по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов. Управление разрабатывает общую концепцию и приоритетные направления развития туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов, единый стиль представления туристского продукта региона и механизмы его продвижения на международный и российский рынки, формирует механизмы создания благоприятных условий для инвестирования в сферу туризма.

Кроме того, на территории Алтайского края, осуществляет свою деятельность КГБУ «Туристский центр Алтайского края» (Алтайтурцентр). Эта организация, создана для выполнения работ, оказания услуг в целях обеспечения реализации предусмотренных законодательством РФ и Алтайского края полномочий профильного управления Алтайского края и функций проведения в регионе государственной политики в сфере туристской деятельности. Алтайтурцентр осуществляет подготовку и публикацию материалов в СМИ о событиях в сфере регионального туризма; организацию и проведение пресс-туров; формирование и мониторинг баз данных (туристских ресурсов, средств размещения, объектов питания и т.д.); проведение маркетинговых исследований в области туризма, ведет работу с интернет-порталом (визиталтай.рф).

В продолжение федеральной целевой программы «Развитие туризма в Алтайском крае 2011-2016 годы» 29.12.2014 года была принята государственная программа «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2015-2020 годы. Одной из главных задач которой является формирование на территории края системы туристских комплексов для обеспечения развития объектов туризма и сопутствующей инфраструктуры, привлечение инвестиций в туристскую индустрию. В рамках реализации программы предполагается создание туристских комплексов, кластеров (табл.1).

Таблица 1

Туристские комплексы на территории Алтайского края

	<i>Туристский комплекс, кластер</i>	<i>Направления развития</i>
1.	Туристско-рекреационный кластер «Белокуриха»	Создание более 6 тыс. новых мест размещения, в том числе в рамках строительства курорта «Белокуриха-2»
2.	Автотуристский кластер «Золотые ворота», г. Бийск	создание объекта комплексного обслуживания транзитного туристского потока
3.	Туристско-рекреационный кластер «Алтайское»	создание комплекса коллективных средств размещения, социально- бытового обслуживания туристов и экскурсионных объектов
4.	Туристско-рекреационный кластер «Горная Колывань»	создание комплекса коллективных средств размещения, социально-бытового обслуживания туристов
5.	Туристско-рекреационный кластер «Завьялово - Гуселе-тово»	создание комплекса коллективных средств размещения курортной направленности, социально-бытового обслуживания туристов
6.	Туристско-рекреационный кластер «Егорьевка»	создание комплекса коллективных средств размещения, социально-бытового обслуживания туристов.
7.	Туристско-рекреационный кластер «Сибирь изначальная», Смоленский район	создание комплекса коллективных средств размещения, социально-бытового обслуживания
8.	Туристско-рекреационный кластер «Красногорье»	создание объекта комплексного обслуживания транзитного туристского потока: строительство экскурсионного объекта «Сырная деревня».
9.	Туристско-рекреационный кластер «Солонешенский»	создание комплекса коллективных средств размещения, социально- бытового обслуживания
10.	Туристско-рекреационный кластер «Чарышский»	создание комплекса коллективных средств размещения, социально- бытового обслуживания
11.	Туристско-рекреационный кластер «Яровое»	создание комплекса коллективных средств размещения, социально- бытового обслуживания
12.	Туристско-рекреационный кластер «Барнаул - горнозаводской город»	создание комплекса коллективных средств размещения, реконструкция исторических объектов центральной части города

В настоящее время развитие туристских комплексов на территории края происходит крайне неравномерно. Наибольшее развитие получили юго-восточные предгорные и низкогорные районы края. Яркими примерами положительного развития туристских комплексов являются ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь» и курорт федерального значе-

ния «Белокуриха». Основными туристскими ресурсами территорий являются уникальные климатические и бальнеологические ресурсы, развитая туристская инфраструктура. В процессе своего развития находится игровая зона «Сибирская монета». Основной целью создания комплекса является создание единственного в Сибири комплекса развлечений и отдыха с эксклюзивными игровыми заведениями, отелями и виллами, вписанными в горную местность, парками аттракционов и спортивными центрами.

В западной части Алтайского края, в зоне Кулундинской степи, на берегу соленого озера Большое Яровое располагается туристский комплекс «Яровое» санаторно-туристско-оздоровительной направленности. Территория располагает бальнеологическими ресурсами (лечебные грязи), пляжем с развитой туристской инфраструктурой и концертной площадкой, на которой каждые выходные выступают известные артисты и звезды российской эстрады.

К сожалению, есть на территории края районы, которые обладают уникальными туристскими ресурсами, но в связи со слаборазвитой инфраструктурой являются непривлекательными для инвесторов. Например, территория Горной Колывани (Змеиногорский, Курьинский и Краснощековский районы) располагает уникальными культурными, историческими и природными ресурсами.

Эффективное развитие туристского комплекса региона связано с рациональным размещением туристской инфраструктуры и систематическими структурными инновациями его хозяйства. Это определяет необходимость выполнения научных и проектных работ в области туристско-рекреационного комплексообразования. В настоящее время недостаточно исследованы интеграционные процессы организации туристского комплекса Алтайского края, а также структурные элементы организационно-экономического механизма.

Большое число работ отражающих структуру туристского комплекса не позволяют выявить особенности механизма проектирования функциональных туристских комплексов на территории. Для начала работы по формированию в регионе туристских комплексов необходимо решить две проблемы, лежащие в основе его организации и планирования: определить его структурные элементы (возможный состав участников); составить планировочную (средовую) структуру туристского комплекса.

Основными принципами включения предприятий в состав туристского комплекса являются: наличие хозяйственных взаимосвязей между отдельными составляющими комплекса; нацеленность отдельных составляющих комплекса на решение задач связанных и обслуживанием

туристов на конкретной территории; наличие четких признаков непосредственного, вклада в решение общих проблем у отдельных частей комплекса; наличие внутренних взаимосвязей, взаимодействия между отраслями, входящими в комплекс, по производству туристско-рекреационного продукта; взаимосвязь интересов по социально-экономическому развитию и сохранению природных и культурно-исторических туристско-рекреационных ресурсов.

Таким образом, туристский комплекс это универсальное понятие, традиционно используемое в экономической проблематике туризма и отражающее все возможные формы территориальной организации туризма и рекреации. Оно характеризует взаимосвязь и взаимодействие входящих в него компонентов. В настоящее время органами власти Алтайского края и представителями бизнеса и научно-образовательных организаций ведется большая работа по созданию и развитию на территории Алтайского края территориальных туристских комплексов. Основные направления развития: санаторно-оздоровительная и туристско-рекреационная направленность. Каждый комплекс имеет свою цель и уникальность. Создается качественная туристская инфраструктура, повышается уровень сервиса, расширяется спектр предоставляемых услуг отдыхающим. Туристские проекты заслуживают должного внимания у инвесторов, которые финансируют развитие комплексов.

Библиографический список

1. Богомолова Е. С. Теоретико-методологические основы управления развитием туристско-рекреационного комплекса региона : автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра экон. наук. СПб., 2008. 32 с.
2. Дунец А. Н. Туристско-рекреационные комплексы горного региона – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2011. 204 с.
3. Мироненко, Н. С. Эволюция моделей в рекреационной географии // ИнтерКарто/ИнтерГИС 11 : Устойчивое развитие территорий: теория ГИС и практический опыт. Ставрополь: Изд-во СГУ, 2005. С. 326-330.

TOURIST COMPLEX OF ALTAI KRAI

M.S. Shabalina, A.N. Dunets
Altai State Technical University
e-mail: dunets@mail.ru

The article proves the need to use the term "tourist complex" as an example the study of the tourism industry of the Altai Territory. It provides the most advanced tourist complex in the region.

Key words: tourist complex, clusters, Altai krai

ОБРАЗНО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ КАРТЫ ПРИКАМЬЯ И ГОРОДА ПЕРМИ: ПРОБЛЕМАТИКА РАЗРАБОТКИ И СОСТАВЛЕНИЯ

П.С. Ширинкин

Пермская государственная академия искусства и культуры

614000, Пермь, ул. Газеты Звезда, 18,

e-mail: ethnic1@yandex.ru

Представлены образно-географические карты города Перми, города Чердыни, Прикамья и туристско-экскурсионного маршрута «От Соликамска до Ныроба», с учетом туристского аспекта. Образно-географическая карта - особый туристский ресурс, инструмент оценки потенциала и конкурентное преимущество для любой территории.

Ключевые слова: Иманжинальная география, географический образ, образно-географическая карта, когнитивные связи, Прикамье, Чердынь, город Пермь и метасистемы «когнитивных» образов.

Построение образно-географических карт традиционно относят к иманжинальной географии, считающейся междисциплинарным направлением в рамках гуманитарной географии [4]. «Иманжинальная география изучает особенности и закономерности формирования географических образов, их структуры, специфику их моделирования, способы и типы их репрезентации и интерпретации» [4, 127]. В общей тематике иманжинальной географии принято использовать термин «география воображения» - это удобный термин для различных дисциплин и направлений: туристской науки, филологии, психологии и даже политологии. Этому посвящены работы Ю.А Введенкина, Дж. Голд, В.Л.Каганского, О.А. Лавреновой, Б.Б. Родомана, В.Н. Стрелецкого, Р.Ф. Туровского и др.

В иманжинальной географии базовым методом считается образно-географическое картографирование, и здесь можно наблюдать большое разнообразие терминов, используемых сегодня специалистами: культурный ландшафт (этнокультурный ландшафт), ментально-географическое пространство, метапространство, пространственный миф; более известное в обращении «гений места» и даже гетеротопия. В рамках данной работы наиболее перспективным показался термин географический образ – «система взаимосвязанных и взаимодействующих знаков, символов, архетипов и стереотипов, ярко и в то же время достаточно просто характеризующих какую-либо территорию (место, ландшафт, регион, страну)» [4, 128]. Д.Н. Замятин считает географический образ центральным понятием иманжинальной географии.

Географические образы, взаимосвязанные между собой, могут формировать целые когнитивные системы (метасистемы), из которых генетически формируется культурный ландшафт, а в содержательном

плане – локальные, пространственные мифы. Можно сказать, что туристы XXI века едут не на строгую и фактологически доказанную историко-культурную информацию о туристских объектах, а, скорее, на привлекательные географические образы [1, 2], отражающие феномены интересующей их культуры. Именно здесь, по нашему мнению, находится источник формирования базовых туристских мотивов. Именно на систему географических образов, связей между ними, выраженных, например, в мифах и легендах, можно привлечь сегодня значительное число туристов. Утверждаем, что речь идет не только об особых, в чем-то виртуальных, туристских ресурсах, но и о конкурентном преимуществе территории.

Прикамье обладает практически готовой метасистемой географических образов, даже если в чем-то это идет вразрез с фактами официальной исторической науки. При этом важно отметить, что речь идет не о создании ложных мифов, не о химмеризации пространства, а лишь об «украшении», «расцвечивании» существующих туристских ресурсов Прикамья до такого уровня, когда туристский мотив перерастает в осуществленную туристскую поездку как социально-экономическую категорию. В региональном плане в Прикамье достаточно много специалистов среди историков, краеведов, географов и филологов, прямо или косвенно работающих на ниве иманжинальной и гуманитарной географии: В.В. Абашеев, В.Ф. Гладышев, А.И. Зырянов, В.В. Рапп, А.В. Фирсова, Г.Н. Чагин и др.

Следует отметить, что ни в одной образно-географической карте, посвященной Прикамью, г. Перми или отдельным муниципальным образованиям, не фигурирует объект, представляющий собой когнитивное ядро графического изображения. Это и понятно, однако, все-таки, необходимо сделать небольшое пояснение: например, сам город Пермь в смысловом ряде немедленно ассоциируется у человека с определенным рядом образов, возможно, во многом индивидуальных, само словосочетание «город Пермь» не имеет «своего» образа, но с точки зрения туризма можно говорить о выделении типичных рядов смысловых образов, имеющих, при этом, географическую привязку. Представленные в работе «пермские» образно-географические карты признаем гипотетическими, концептуальными и приглашаем коллег к их осмыслению, корректировке и дополнению.

Образно-географическая карта г. Перми может быть необычайно подробной и сложной, в особенности, если ее разработчиком является узкопрофильный специалист: краевед, историк, архитектор или филолог. За основу взят туристско-экскурсионный базис, чтобы образно-географическая карта получилась, с одной стороны, в определенном смысле «открытой», в чем-то незаконченной и, в то же время, доступной и понятной обывателю, в нашем случае, туристу, гостю При-

камня, ведь со временем можно создать образно-географический путеводитель. На первоначальном этапе с образами первого порядка особых проблем не возникло: безусловно, это место строительства Ягошихинского медеплавильного завода, устье реки Егошихи, окружающая территория «первогорода», и, конечно же, имя «Пермь», «Разгуляй», «Пермь подземная», «Пермский некрополь». Здесь возникают размышления, связанные с тем, когда в истории города образы первого порядка стали расширяться, множиться и прирастать образами второго порядка. Наверное, логично за дату можно взять указ Екатерины Второй об учреждении губернского города (1780 г.). Однако мы исследуем системы образов, возникавших и возникающих в сознании пермяков с учетом пространственного восприятия, и поэтому можно утверждать, что даже официальный церемониал открытия губернского города Пермь в свое время не мог в одночасье изменить когнитивный образно-географический ряд жителей того времени. Но стоит ли считать нижеследующие образы уже образами второго порядка? А именно, к ним причислили: «Пермь масонская», два городских кладбища, реку Стикс, заводскую Мотовилиху (хоть и не относившуюся долгое время в городу), а также все то, что составляло цельную познавательную картину тогдашней действительности, которую мы обозначили одноименным пермским сериалом «Легенды губернского города».

Наверное, сюда же объективно будет добавить пермский геологический период, диалектически поименованный благодаря имени «Пермь» (а также и от древней Биармии), и, в то же время, встречно укрепивший его. «Пермь I» и «Пермь II», возникшие не только как станции, со строительством железной дороги, но как познавательные сферы, в этот образ, представленный нами графически, мы добавили «Пермь III» – так пермяки негласно, но устойчиво и единодушно именуют Северное кладбище, справедливо полагая, что оно кристаллизует целую эпоху в жизни города.

Вернемся к образу «Пермь масонская»: если считать эту сферу в жизни губернской Перми во многом надуманной, преувеличенной, недостаточно подкрепленной архивными источниками, то в сознании пермяков, да и гостей Прикамья, этот образ является аксиоматическим, т.е. не требующим доказательств, также как и здание ГУВД на Комсомольской площади, именуемое среди пермяков не иначе, как «Башня смерти», хотя общеизвестно, что построено здание было не в 30-е гг. XX века, как хотели бы многие, а даже после смерти Сталина, и изначально планировалось для... университета. Но пермские образы, формирующие общественно пермское сознание, крайне нуждаются во всем языческом и подземном, своеобразном виртуальном капище с большим количеством «жертв» и «ужасов» и, одновременно, с нигилизмом, выражающемся в банальном незнании истории собственного

города, поэтому когнитивные связи на карте (рис. 1) легко простираются к образу «Пермь подземная», «Закрытый город» и, конечно же, набившему оскомину пермскому «чѐ». Более того, пермяки и гости города зачастую воспринимают только ту информацию, которая удовлетворяет их ожидания. Вот, наверное, почему сознание пермских обывателей оказывается легко восприимчивым к современному и весьма неоднозначному пермскому стрит-арту («Табуретка», «Деревянные человечки», «Отгрызенное яблоко» и т.д.). Сюда же отнесли фестиваль «Белые ночи», Музей современного искусства, да и многие печальные события последних лет, которые, к сожалению, вытеснил в глазах туристов классические образы первого порядка, составляющие, по нашему мнению, сам «геном» города.

Первоначально образ «Пермь масонская» был «лишним» на схеме и казался чужеродным, «подвешенным», с трудом увязывался с другими когнитивными сферами. Неожиданно, мы позволили себе от самых последних образно-географических «страниц» города провести когнитивную связь к «Обществу свободных каменщиков» губернского города и считаем ее имеющей право на существование! Представляя возмущение историков и краеведов, отметим, что мы уловили какую-то связь, остающуюся за пределами обычного осознания действительности горожан, которые получают в Перми новые культурные события и артефакты «вдруг», неожиданно, так, если бы их готовили действительно представители тайных сообществ, вкладывая в них неявный и скрытый смысл.

Самостоятельным образом на схеме является «Юрятин» Бориса Пастернака: даже если не принимать во внимание сохранившиеся памятники архитектуры, описанные в романе «Доктор Живаго» и без труда узнаваемые, возникает ощущение, что «Юрятин» как образно-смысловая и, одновременно, географическая конструкция, без труда находится не только в сознании пермяков, но и гостей, желающих с ней познакомиться. По-сути, в сознании мы имеем дело с... двумя городами (!): с одной стороны, генетически неотделимыми друг от друга и, в тоже время, вполне самостоятельными.

Обособленный, и во многом, непознанный образ, отмеченный нами на схеме (рис. 1), составляет образ революционной и «колчаковской» Перми. Никакие усилия историков советского времени не смогли изменить в сознании пермяков чрезвычайно «тяжелые образы» чего-то негативного, непознанного и однозначно «контрреволюционного», что сегодня, по нашему мнению, выражается хотя бы в значительной консервативности и аполитичности пермских горожан и жителей Прикамья вообще.

Перспективно было бы сравнить образно-географическую карту г. Перми, которую мы позволили себе представить, с аналогичной об-

разно-географической картой Чердыни (рис.2). Возможно, масштаб сравнения несколько некорректен, однако Чердынь является своеобразной прародительницей «всех городов пермских», и в ней генетически располагается начало русского Прикамья. При этом отметим, что построение названной карты также сделано в туристско-экскурсионном аспекте. В отличие от г. Перми, в Чердыни, за редким исключением, нам практически не удалось разделить образы на категории первого и второго порядка. Как это можно объяснить? Или возраст Чердыни выпестовал все самое ненужное, пустое, незапоминающееся; подобно колоннам античного храма, сохранившим в себе главное, важное. А в Перми, несмотря на ее провинциальный образ, все-таки происходит медленная культурная эволюция, в данном случае, чуждая Чердыни.

В основе образов оказались чердынские холмы, храмы и события, многие из которых уже стали самой сутью города, мифическими, легендарными, нежели историческими. Но попробуйте сказать об этом не только чердынцам, но и даже и мэтрам от прикамской исторической науки - они будут чрезвычайно раздосадованы вашим «неверием» в ... очевидную реальность! В качестве примера можно привести известное: многочисленные легенды о богатырях Полюде и Ветлане или о непростых и во многом неизвестных взаимоотношениях Чердыни и Москвы в период XIV-XVI веков.

Неполным был бы образ Чердыни без Колвы, Печерского тракта, эпохи пушного промысла и, конечно же, блестящей плеяды местного купечества. Но быть бы Чердыни сегодня святой и неизменной только в когнитивных образах ее жителей, если бы не творчество пермского писателя А. Иванова. Своей книгой «Сердце Пармы», по сути являющейся художественной версией исторических событий, он «перетряхнул» и во многом оживил не только для пермского сознания, но и страны в целом, забытые образы ушедших веков, людей и событий так, что они оказались чрезвычайно востребованы всей пермской обывательской средой. Немедленно после публикации книги когнитивные нити от Чердыни протянулись во всех направлениях, вновь заставив гордиться пермяков своей историей и осмыслением того, что «Чердынь... рекомая Пермь Великая», является материнской сердцевиной для всех существующих, а возможно, и будущих когнитивных образов Прикамья в целом. Наконец, обязательным образом в туристско-экскурсионном аспекте является пребывание в Чердыни О.Э. Мандельштама, но когнитивные связи нам провести не удалось, об этом говорят нам реальные события пребывания поэта на севере Прикамья.

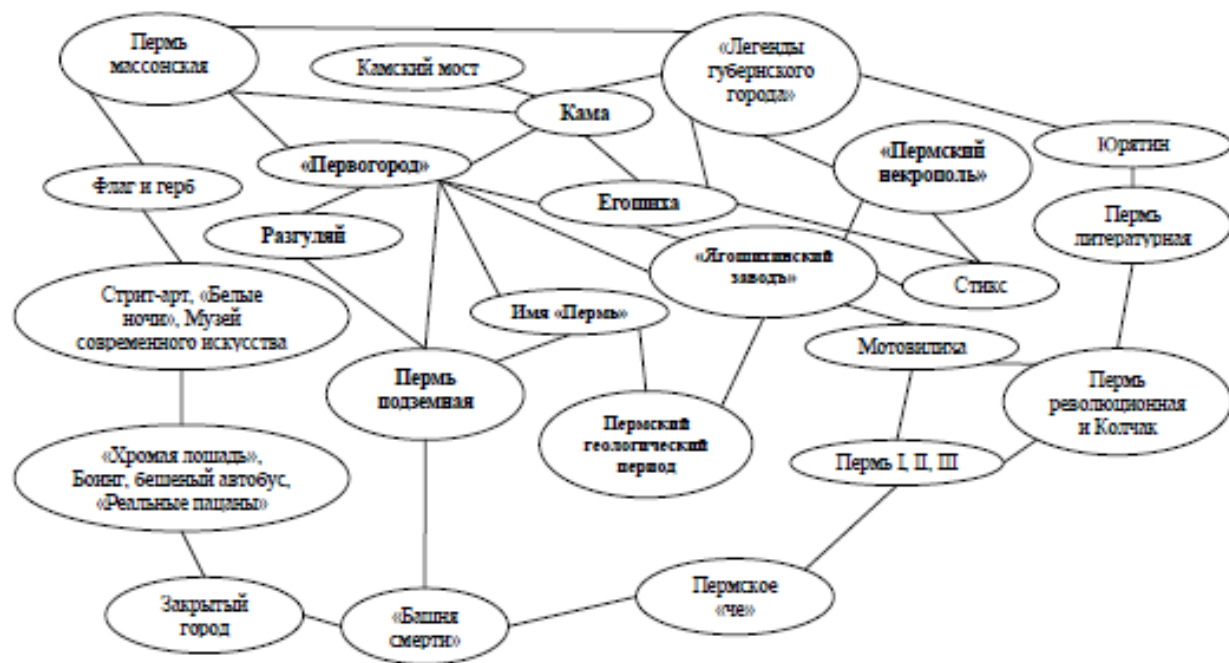
После опыта разработки образно-географической карты Перми и Чердыни было бы перспективным перейти к разработке образно-географической карты Прикамья в целом. Все, что связано с краевым центром, на ней, безусловно, генерализируется (рис. 3) и остается только Кама, «Имя Пермь», хотя можно было бы добавить «Губернский город», но на данной карте мы этого не сделали, поскольку в этом

образе, на наш взгляд, отсутствуют какие-либо особенные черты, характеризующие исключительно Пермь. Схема гармонично включает в себя финское «Pera Maa», венгерскую «Magna Hungaria», «Чудь», «Пермский звериный стиль». В верхней части схемы разместились когнитивные образы, связанные с коми-пермяцким и вогульским эпосом. Отдельно мы выделили «Чудь», хотя правильнее было бы считать данный образ частью коми-пермяцкого эпоса, но именно чудская тематика сравнительно давно захватила умы не только обывателей, но и специалистов, которые практически все предметы и артефакты дорусского периода в Прикамье обычно называют «чудскими древностями». В правой части схемы гармонично сложились образы, связанные со Строгановыми, а ниже разместились Кунгур, Молебка и Оса с Пугачевым.

Самым сложным в подобной образно-географической карте было провести когнитивные связи. Считаем, что нам это удалось не полностью, ведь необходимо учесть все устойчивые представления в сознании пермяков и гостей Прикамья. И неважно, идет ли речь об абсолютных выдумках или исторических фактах. Предполагаем, что эту проблему в двухмерной модели решить в полной мере не удастся никому, можно лишь только приблизиться к «наиболее верному» расположению когнитивных образов и связей между ними, которое бы устроило большинство специалистов.

Если взять трехмерную модель, как если бы представленные когнитивные образы были нанесены на прозрачную сферу, тогда можно было бы проводить связи внутри нее, в этом случае такая объемная образно-географическая карта могла бы получиться более перспективной. Образы превратились бы в своеобразные «континенты» и «острова», а линии связей разделились бы на когнитивные «маршруты» (скрытые и явные), проложенные по поверхности, и «тектонические» («внутрисферные») взаимосвязи такой «пермской планеты». Полагаем, что эту концептуальную идею можно будет рассмотреть в следующих работах.

Интересно, что построение образно-географических карт можно применять не только к территориям различного масштаба, но и к туристско-экскурсионным маршрутам. В данной статье представим образно-географическую карту туристско-экскурсионного маршрута «От Соликамска до Ныроба» (рис. 4). Правда, в данном случае приходится отступать от правила обозначения самых географических объектов (если их нельзя отобразить системой когнитивных образов), поскольку туристы, так или иначе, будут непосредственно прибывать в определенные маршрутные точки между Соликамском и Ныробом. Примечательно другое: как вместе с рассказом экскурсовода и осмотром достопримечательностей, туристских ресурсов непосредственно к человеку, постепенно познающему пространство, слева и справа по маршруту движения, будут «прирастать» и «рождаться» многочисленные образы с возникновением когнитивных связей между ними (рис. 4).



*выделенным шрифтом показаны образы I порядка

Рис. 1. Образно-географическая карта г. Перми*

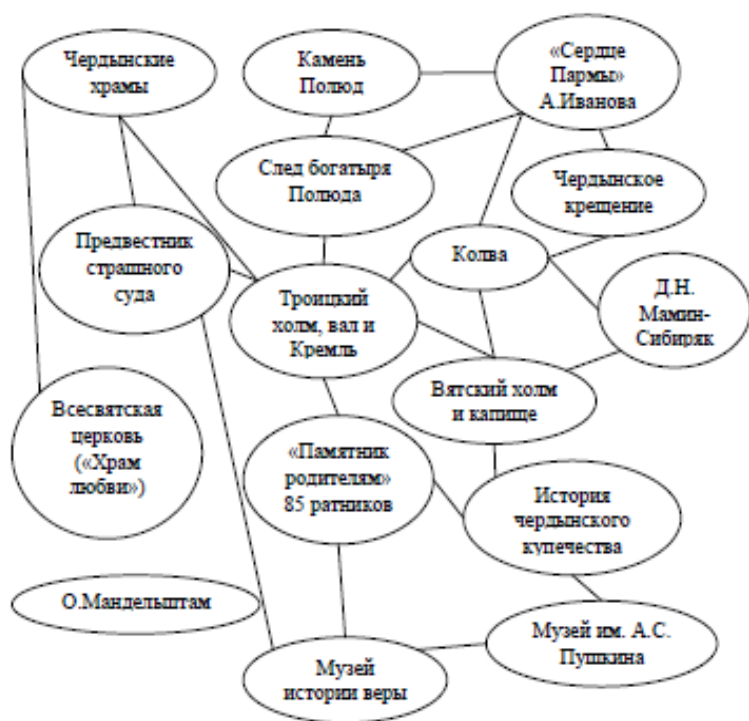


Рис. 2. Образно-географическая карта города Чердынь

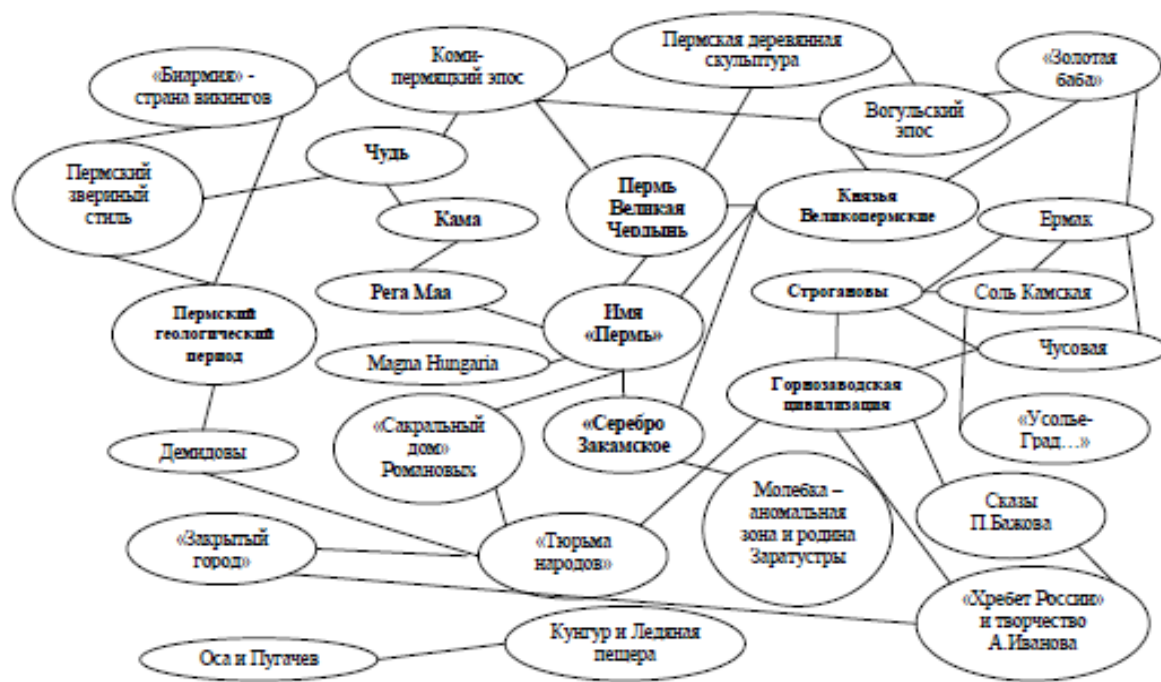


Рис. 3. Образно-географическая карта Прикамья*

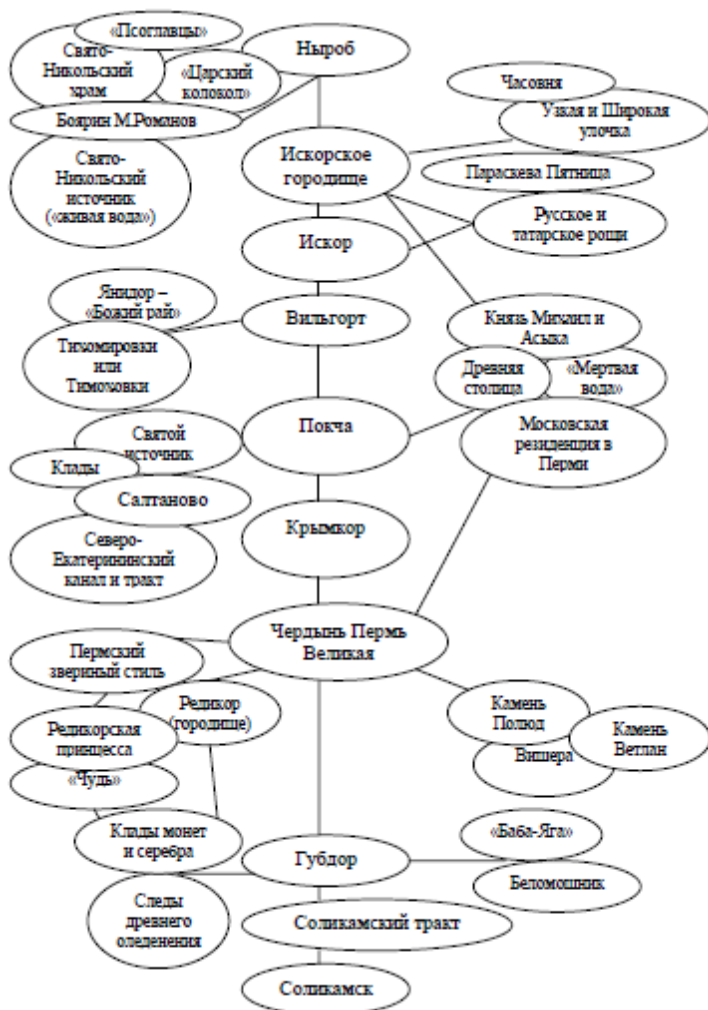


Рис. 4. Образно-географическая карта маршрута
«От Соликамска до Ныроба»

Полагаем, что представленный в работе опыт построения образно-географических карт, привязанных к пермской географической реальности, будет подвергнут немалой критике, полемике, дополнен и видоизменен коллегами «по цеху», что должно весьма позитивно сказаться на развитии подобного рода образно-географических конструкций и метасистем. Следует помнить, что при их разработке использовали, главным образом, туристско-экскурсионный аспект, т.е. только те образы и связи между ними, которые традиционно доводятся до туристов и гостей Прикамья. Образно-географические карты могут быть составлены по каждому муниципалитету и всем историко-культурным центрам Прикамья так, что каждая территория сможет оценить свой образно-географический, а значит и туристский потенциал и возможности. Можно использовать такие карты для образовательного процесса и подготовки специалистов в сфере регионального туризма, сервиса и гостеприимства.

Библиографический список

1. *Родоман Б.Б.* Вдохновляющие заречья (начало) // География. 2010. №13. С. 3-12.
2. *Родоман Б.Б.* Вдохновляющие заречья (окончание) // География. 2010. №14. С. 12-20.
3. *Замятин Д. Н.* Имажинальная (образная) география. Материалы к словарю гуманитарной географии // Гуманитарная география. Научный и культурно-просветительский альманах. Вып. 4. М.: Институт наследия, 2007. С. 291–296.
4. *Замятин Д.Н.* Гуманитарная география: предмет изучения и основные направления развития // Общественные науки и современность. 2010. №4. С. 126-138.

IMAGE-MAPS OF PERM CITY AND PERM KRAI: THE ISSUES RELATED TO THE DEVELOPMENT AND ELABORATION

Presents figurative and geographical maps of the city of Perm, the city of Cherdyn, Perm and tourist route «From Solikamsk to Nyrob», subject to the tourist aspect. Image-map is a special tourist resource, the capacity assessment tool and competitive advantage for any territory.

Key words: Imaginalia geography, geographic image, image-map, cognitive communication, the Perm region, Cherdyn, Perm and metasystems «cognitive» images.

РЕКРЕАЦИОННАЯ ФУНКЦИЯ ПРИГОРОДНОЙ ТЕРРИТОРИИ

И.О. Щепеткова

Пермский государственный национальный исследовательский университет, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, e-mail: turizm@psu.ru

Раскрывается понятие рекреационной деятельности средней продолжительности на примере пригородной дачной рекреации. Обсуждаются функции современной дачи и ее значение для государства. Предлагается новое понимание основной функции пригородной территории.

Ключевые слова: дача, пригородная рекреация, рекреационные функции.

Каждая классическая наука имеет свое, ключевое и «элементарное» понятие. Общеизвестно, что для физики такое понятие – атом или его частицы, в биологии – это клетка, а для географии таковым является территория. Территория имеет множество признаков и функций, эта дефиниция наиболее часто используется и наиболее сложно определяется, несмотря на множество весьма конкретных трактовок. В географической науке территория рассматривается очень широко – это и основа для размещения и организации всех сфер жизнедеятельности людей; это и ресурс, т.к. суть территории проявляется в ее величине, недрах, природных ресурсах и объектах, которые на ней имеются; она обладает географическим положением, важность которого нельзя недооценивать.

В советское время экономическая география служила исключительно интересам государства, одной из ключевых целей которого было создание крепкого хозяйственного комплекса страны на огромной территории. Несмотря на то, что организация комфортной социальной жизни советских граждан не была приоритетным направлением, в географическую систему наук стремительно вошло и прочно закрепилось такое "несерьезное" по тем временам направление, как рекреационная география. В 60-70 гг. XX в. советская география официально включила в свои научные интересы организацию пространства для реализации рекреационных потребностей, как одной (пусть и не ключевой) из сфер жизнедеятельности граждан.

На первый взгляд понятия рекреация и география далеки друг от друга. Ведь "рекреация" несет в себе больше медицинскую, нежели биологическую или социальную смысловую нагрузку и в классическом понимании сводится к деятельности, посвященной восстановлению состояния человека до медицинской нормы [9]. Однако, виды

рекреационной деятельности, а именно рекреационная деятельность средней продолжительности и долговременная рекреация обосновывает исследование этой активности человека не только медициной, но многими общественными и гуманитарными науками, в том числе, "работающими" с пространством. Чем больше времени отводится для рекреационной (досуговой или свободной) деятельности, тем шире ее география. Таким образом, время является ключевым элементом, связывающим географию и рекреацию.

Долговременная рекреация подразумевает отпускное время взрослого человека или каникулы школьника или студента. Такой вид рекреации характеризуется цикличностью (1-2 раза в год), постоянством мотивации (желание отдохнуть, куда-нибудь уехать и пр.) и экономической зависимостью. Исследование этой активности человека целиком занимается новое географическое направление – география туризма.

Рекреационная деятельность средней продолжительности, а именно выходные дни и вечернее нерабочее время, также циклична, имеет меньше ограничений в плане экономических возможностей отдыхающих, но является в большей степени ограниченной территориально. Именно поэтому, в рекреационной географии этот вид деятельности получил название пригородной рекреации, а необходимость в его изучении, возникшая с того времени, как возрос удельный вес городского населения в стране, не уменьшается, а только возрастает. Сегодня интерес к пригородным территориям, имеющим рекреационную ценность связан со многими факторами. Во-первых, для современного человека отдых дома – это не модно и не эффективно: важно рассказать коллегам по работе и друзьям о том как провел выходные, а современные средства связи позволяют быть в курсе дел и решать важные дела на расстоянии. Во-вторых, динамичный ритм жизни города не всегда дает в полной мере нужного восстановления физических, эмоциональных и психологических сил после трудовой недели и гонит многих горожан загород на выходные дни. В-третьих, развитие дорожной сети и транспорта позволяет не только провести свободное время недалеко от дома, но и выехать на значительное расстояние от него. В-четвертых, современный уровень информатизации, позволяющий без труда отслеживать интересные события и находить интересные места стимулирует человека на выезд с постоянного места жительства. Также, факторами повышения интереса к пригородным рекреационным территориям можно отнести такие: доступность и высокий уровень комфорта кемпингового оборудования и снаряжения; относительная экономическая доступность одно-двух дневных поездок;

экологическая чистота и ландшафтное разнообразие окружающей среды; безопасность и невысокая трудоемкость в организации отдыха и многое другое. Таким образом, пригородная рекреация способна удовлетворить не только личные потребности человека (снятие утомления, смена места и вида деятельности, познание мира, общение и пр.), но и групповые (в первую очередь семейные), а также общественные (сохранение здоровья, всестороннее развитие личности).

Территория, пригодная для пригородной рекреации обладает такими характеристиками как небольшое географическое (по путям сообщения) и экономическое (время или стоимость) расстояние, а также отличающаяся от городской среда обитания. Дополнительными характеристиками, увеличивающими рекреационную ценность территории могут быть: природные (ландшафтные), медико-биологические и социально-культурные условия. Но одной территории, обладающей данными характеристиками, мало для реализации рекреационных потребностей. Функциям рекреационной деятельности должны соответствовать рекреационные объекты (места размещения, питания, аттрактанты) и уголья, организация которых должна увеличивать рекреационные возможности территории, эффективно распределять потоки отдыхающих и не оказывать отрицательного влияния на окружающую среду. В 50-100 километровой зоне практически любого крупного города такие объекты представлены санаториями, детскими лагерями и базами отдыха, которые созданы намеренно еще в советское или построены в современное время; речными долинами и лесными полянами, превращенными в места отдыха стихийно; дачными и садовыми поселками, земли для которых намеренно выделены государством. И если первая группа объектов может быть рентабельна, зафиксирована и контролируется государственными органами, вторая – сложно управляема и мало поддается учету, то третья группа – дачные и садово-огородные объединения граждан, практически исключены из государственного внимания.

Дачи, сады и огороды являются рекреационной территорией для многих горожан. Несмотря на то, что подобные сообщества организованы не стихийно, а с ведома государства, численность людей, реализующих свои рекреационные потребности с помощью дач весьма ориентировочная. Их подсчет представляется крайне сложной задачей по нескольким причинам. Во-первых, дача (сад или огород) – это место отдыха целых семей, численность которых разнится, поэтому один участок является местом отдыха нескольких граждан; во-вторых, множество когда-то распределенных и как-то зафиксированных в государственных органах участков со временем стали заброшенными и не ис-

пользуются по назначению; в-третьих, под современное понятие "дача" подпадает большое число объектов (а именно классические дачи (садовые некоммерческие товарищества), садовые кооперативы и огороды, обычные деревенские дома в сельских поселениях, а также новейший вид усадеб горожан – коттеджи) и привести их к единой статистической единице сложно.

По данным Министерства сельского хозяйства СССР, приведенных в монографии 1980 г., число членов садоводческих товариществ рабочих и служащих около 3 млн чел., под коллективными садами занято 180 тыс. га земель; здесь отдыхают около 10 млн чел. [3]. Но за три-четыре десятилетия количество дачников существенно выросло. Только в Московской области насчитывается 2 млн дачников [5, 154 с.], а в России, согласно официальным данным, насчитывается более 80 тыс. садовых, огородных и дачных некоммерческих объединений граждан, в пользовании которых находится более 1 млн. га земли. Общая численность садоводов, огородников и дачников составляет примерно половину всего населения России [2]. По другим, но грубым оценкам, количество дачных участков в России – более 20 млн единиц; условно считается, что каждая третья семья имеет такой участок [1]. Даже с учетом вероятной статистической погрешности, такую армию дачников невозможно игнорировать, а похоже что возникает необходимость ее контроля, поддержки и повышенного внимания со стороны государства [2, 8].

Возможно, для государственного регулирования было бы удобнее отнести дачи к уже сформировавшейся в экономике сфере, к туризму. Несколько формальных признаков, а именно смена постоянного места жительства, организованные людские потоки и отсутствие заработка, – невольно "подталкивают" исследователей на включение дачи в классификацию видов туризма. Все чаще в профессиональной литературе поездка на дачу приравнивается к таким видам туризма, как сельский туризм, агротуризм, деревенский или фермерский туризм и т.п. Такое мнение отчасти подкрепляется Международными рекомендациями по статистике туризма, разработанными ООН в 2008-2010 гг. В документе говорится: «... п. 2.28. Поездки в дачные дома обычно считаются туристскими поездками. ...» [8]. Но множество признаков (частная собственность, цикличность, постоянство, физическая активность, природная среда и пр.) придают дачам (садам и огородам) именно рекреационное значение и включают их именно в "пригородную рекреацию".

Как отмечено в классических трудах по рекреационной географии, выделяется три крупных группы функций рекреационной дея-

тельности: медико-биологическая, социально-культурная и экономическая [7]. На первый взгляд, пребывание на дачном или садовом участке мало согласуется с медико-биологической функцией – сельскохозяйственная и строительная деятельность на даче не похожа на лечение и оздоровление организма, а скорее, наоборот. Однако, если понимать рекреацию как отдых, который чаще трактуется как биологическая категория, противопоставляется труду [4.; 6] и представляет собой любую смену деятельности, то становится понятно, почему городские жители стремятся к иной, не доступной в городе активности, а сельские жители дач не имеют. Дозированная физическая нагрузка неразрывно связанная с поездкой на дачу (будь то работа на земле или просто частое перемещение по садовому участку), является отдыхом от малоподвижного и рутинного городского цикла жизни.

Социально-культурная функция рекреации определяется, в первую очередь, потребностью общества в формировании всесторонне и гармонически развитой личности. Казалось бы и здесь дачи не выполняют поставленной задачи. Однако, как указывалось ранее, дача – это место пребывания нескольких членов семьи, а что как не семья, взаимоотношения ее членов дают основу для развития человека. Кроме того, получение навыка работы на земле и с инструментами, наблюдение за природными явлениями в естественной обстановке, иллюзия свободы (несмотря на имеющиеся границы дачного участка), неформальное общение с соседями и сверстниками способствуют реализации творческих способностей и являются способом самовыражения человека. А, например, дачи московской и питерской интеллигенции, имеющие особую историю возникновения и отличительные особенности, которые зафиксированы в произведениях писателей и художников, имели прямую социально-культурную функцию – на дачах работали семейные театры, давались концерты классической музыки, устраивались пленэры.

Эффективная реализация экономической функции, также относящейся к рекреационной деятельности, также может быть поставлена под сомнение, если рассматривать дачные территории. Простые расчеты стоимости выращенной на даче или в саду сельскохозяйственной продукции будут говорить скорее об экономической неэффективности такой деятельности, нежели о доходе. Расходы на транспорт (топливо для личного автомобиля), удобрения, членские взносы и пр. будут превышать, или в лучшем случае выравнивать цену на выращенные собственноручно плоды и овощи по сравнению с их стоимостью в магазине. Редко встречающиеся социологические исследования также подтверждают этот факт [5]. Однако, неоспоримо и то, что на

дачах, в садах и огородах производятся почти половина плодов и ягод, примерно четверть овощей и 1/5 часть картофеля от общего объема производимой в стране продукции [2]. Кроме того, дачные и садовые сезоны влияют на развитие пригородного транспорта, дорожной и инженерной инфраструктуры, занятость местного населения (ремонтные работы, продажа удобрений и дров, спрос на продукты деревообрабатывающей и животноводческой продукции, работа продуктовых и хозяйственных магазинов и др.).

Таким образом, дачная и садово-огородническая пригородная рекреация играет важную роль в жизни огромного количества городских жителей, имеет большое экономическое и социальное значение. В связи с отличительными чертами функционирования – ограниченностью во времени и пространстве, дачная рекреация не способна полноценно оздоровить человека физически (как это возможно, например в санаториях) или психологически (в туристской поездке). Однако, поездка на дачу способна «выдернуть» городского жителя из трудовой суеты и ненадолго «переключить» его повседневную активность на иную, давая своеобразную «перезагрузку» физическому и психологическому состоянию человека.

Библиографический список:

1. *Биржаков М.Б.* Введение в туризм: учебник. Изд. 8-е, перераб. и доп. СПб: Изд. дом «Герда», 2006. С. 310.
2. *Бутовецкий А.И.* Правовое положение садоводческих, огороднических и дачных некоммерческих объединений граждан: дисс. ... канд. юр. наук. Рос. гос. гуманитар. ун-т. Москва, 2010. С. 3.
3. *География* рекреационных систем СССР / отв. ред. В.С. Преображенский, В.М. Кривошеев. М.: Наука, 1980. С. 57.
4. *География туризма*: учебник / кол. авторов; под ред. А.Ю.Александровой. 3-е изд., испр. – М.: КРОНУС, 2010. С. 10-27.
5. *Нехаетова Н.Е.* Мониторинг состояния и использования земель садово-дачных образований (на примере г. Саранска: дисс. ... канд. геогр. наук. Мордовский гос. ун-т. Саранск, 2004. 255 с.
6. *Орлов А.С.* Социология рекреации. – М.: Наука, 1995. С. 61.
7. *Теоретические основы* рекреационной географии / отв. ред. В.С.Преображенский. М.: Наука, 1975. С.14-20.
8. *Щепеткова И.О.* Дача: пригородная рекреация или физический труд... / Географический вестник. №3(26). Пермь: Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2013. С. 105.
9. *Щепеткова И.О.* Досуг как научная категория: разнообразие подходов к изучению / Дискуссия. №6 (58). Июнь 2015. Екатеринбург: Ин-т современных технологий управления, 2015. С. 122.

RECREATIONAL FUNCTIONS OF SUBURBAN AREA

I.O. Shchepetkova
Perm State University, 614990, Perm, 15, Bukireva street
e-mail: turism@psu.ru

The definition of average term recreation activity – the suburban datcha recreation. The up-to-date datcha functions and the datcha importance for the state. The new conception of the main suburban area functions.

Key words: datcha, suburban recreation, recreation functions.

УДК 911.372.2

ТИПЫ РЕКРЕАЦИОННОГО РАССЕЛЕНИЯ

С.И. Яковлева

Тверской государственный университет,
170021 г. Тверь, ул. Прошина 3 кор. 2, e-mail: Sv_Yakowleva@mail.ru

Определено понятие «рекреационное расселение». Названы основные типы городских и сельских населенных пунктов в рекреационных районах разных типов.

Ключевые слова: рекреационное расселение, сельское расселение, типы населенных пунктов, туристские деревни, туристская местность.

Рекреационное расселение, или «география населённых пунктов» в рекреационных районах (туристских местностях) – проблемный вопрос территориального проектирования и новый объект географии населения. Расселение – фундаментальная тема географических исследований и территориального планирования – бывшей районной планировки. В советской районной планировке расселение считалось важнейшим вопросом проектирования всех типов районов, в том числе и рекреационных. Были разработаны и использовались методические рекомендации для проектирования расселения в районах рекреационного типа. По доминирующему ресурсу курортно-рекреационные комплексы были объединены в два типа: курортные (климато-бальнеогрязевой, климатический) и рекреационные (приморский, приречный и приозёрный, горно-спортивный, туристско-познавательный). Для каждого типа были определены основные усреднённые технико-экономические показатели. На смену усреднённым рекомендациям районной планировки пришли региональные градостроительные нормы.

Рекреационное расселение – это пространственное сочетание различных типов населенных пунктов в рекреационных районах (туристских местностях). По содержанию «рекреационное расселение»

является функциональным (отраслевым) типом расселения вместе с другими – сельскохозяйственным, лесохозяйственным, индустриальным, промысловым, смешанным. В.П. Семёнов-Тян-Шанский (1910) выделил азональный курортный тип расселения [2, с. 27–28]. Это, вероятно, старейший тип рекреационного расселения наряду с дачным. Современными типами можно считать туристско-рекреационное, агро-рекреационное и рекреационно-промысловое расселение.

Существуют различные территориальные категории рекреационного расселения: сельское и городское, пригородное, периферийное, приморское, приречное, приозёрное, горное, островное (на озёрных территориях, водохранилищах, реках и морях, в том числе на искусственных намывных территориях). Конфигурация сети населённых пунктов на рекреационной территории определяет внешнюю форму расселения (линейное ленточные и линейно-узловое, рассредоточенное/дисперсное, кольцевое и др.). Строительные и архитектурные аспекты дополняют понятие расселения типом застройки (по материалам стен, этажности, комфортности, престижности) – коттеджное, малоэтажное, элитное и др. Рекреационное расселение важно рассматривать в двух аспектах:

1. Исследование всей сложившейся сети городских и сельских населённых пунктов в рекреационных районах с оценкой «потенциала расселения».

2. Исследование и моделирование специализированных населённых пунктов, обеспечивающих функции расселения и обслуживания отдыхающих в рекреационных районах.

Характер расселения в рекреационных районах можно описать следующими параметрами: тип расселения и типы населённых пунктов, плотность расселения, форма расселения (конфигурация схемы расселения), опорный каркас расселения (опорные центры), основные оси расселения. Расселенческие и рекреационные структуры развиваются одновременно и взаимосвязано. Разнообразие природных и других важных условий обуславливает различие приемов планировочной организации рекреационных районов и разные схемы поселенческой сети.

Формирование систем расселения и рекреации моделируется в форме *линейной, кольцевой* (в том числе *глубинной* – на берегу и островной), *очаговой (компактной, одиночной)* и *дисперсной (рассредоточенной)* системы градостроительной/территориальной организации. При этом объекты рекреации и туризма на освоенных территориях целесообразно создавать, в первую очередь, *на основе населённых мест* и доступных в транспортном отношении зон расположения рекреационных ресурсов. *Особый случай* – «развёртывание» туристских кластеров на приморско-горных территориях, когда требуется *ленточ-*

ное непрерывное расположение туристско-рекреационных объектов от берега моря (прибрежный кластер) в горы (горный кластер) в сочетании с новыми туристскими деревнями. Такой проект реализован в Адлерском районе Сочи Большого в связи с подготовкой к зимним Олимпийским играм 2014 г.

Сочетание старых и новых специализированных туристско-рекреационных населенных пунктов – *отличительная черта современного рекреационного расселения*.

Для **городских поселений** (населённых пунктов) в рекреационных районах можно использовать типологию, разработанную под руководством профессора С.А. Ковалёва [1]:

1. *города-курорты* (и городские курортные посёлки) с *подтипами* – по их специализации и степени развития (какое место занимает курортная функция во всех функциях данного города),

2. *города-центры* туристско-экскурсионной деятельности с *подтипами* – по масштабам их деятельности (объём потока туристов и экскурсантов за год) и значимости этой функции для города (одна из ведущих, значительная, незначительная, т.е. с учётом её места среди других функций),

3. *города, сочетающие* 1 и 2 виды деятельности (функции) с *подтипами* – по соотношению тех и других функций,

4. *города-центры снабжения* для территориальных рекреационных систем и перевалочные пункты для основных потоков рекреантов с *подтипами* – по примерной доле этой функции среди других.

Для **сельских населенных пунктов** рекреационных районов можно предложить такую функциональную типологию:

1. Сельские **курортные посёлки** (*сёла, посёлки, хутора, деревни*) в приморских зонах, лечебно-оздоровительных и курортных местностях. К этой категории специализированных пунктов можно отнести посёлки и *деревни горнолыжных курортов*.

2. **Специализированные** сельские населенные пункты, созданные при санаториях, туристских базах и пансионатах.

3. Новые **туристские деревни** – специализированные населенные пункты, обеспечивающие функции расселения и обслуживания отдыхающих (без постоянных местных жителей как в обычной деревне, обслуживающий персонал живёт за пределами такой деревни). Современные туристские деревни – это загородные коттеджные посёлки, как правило, с деревянными домиками со всеми удобствами. Организационные формы различные – базы отдыха, туристские базы, загородные отели, стилизованные этнические деревни и др. *Варианты размещения новых туристских деревень*: на месте исчезнувших старых деревень, на базе реставрированных усадеб, рядом с существующими сельскими населёнными пунктами и на новых местах (площад-

ках). Туристская деревня – популярная форма организации мест отдыха во всех регионах мира.

4. **Сельские населённые пункты** (с постоянными местными жителями), в которых расположены единичные туристско-рекреационные объекты (базы отдыха, санатории, кемпинги, отели, экскурсионные объекты и объекты паломничества). Особый тип – **туристско-промысловые деревни** – на базе рыбацких деревень, охотхозяйств (домики охотника и/или рыбака).

5. **Дачные поселки** – населенные пункты с любым количеством домовладений, в которых садовые домики, дачи (коттеджи) и виллы используются как второе или сезонное жилье. Кроме коллективных, вновь появляются **одинокые** индивидуальные (вне населенных пунктов) дачи (коттеджи), виллы – современные «усадьбы».

6. **Агрорекреационные деревни** – всё еще очень популярные места отдыха горожан на собственных садово-дачных и огородных участках. Это населенные пункты с постоянными жителями или только сезонно обитаемые «**летние деревни**» без учреждений отдыха и туризма.

7. **Детские загородные оздоровительные лагеря** – сезонные/летние «детские поселки» в пригородных зонах.

Названы основные типы городских и сельских рекреационных пунктов. Они различаются не только по специализации (функциям), но и по людности, времени образования и потенциалу обслуживания (вместимость средств размещения, наличие и развитость объектов и инфраструктуры туризма). Рекреационные районы **разных типов** имеют характерные планировочные особенности и определённые типы расселения (типы населенных пунктов) – табл.

**Типы рекреационного расселения (населенных пунктов)
в рекреационных районах**

№	Типы рекреационных районов	Основные типы населенных пунктов в рекреационных районах
1	2	3
1	Приморские курортные – приморские районы у подножия гор с пляжными ресурсами, могут занимать узкую полосу вдоль берега моря и предгорную зону. Приём (схема) планировки – линейный	<i>Курортное расселение</i> – города-курорты, городские и сельские курортные посёлки

Продолжение таблицы

1	2	3
2	Приморские курортно-туристские – <i>приморско-горные территории</i> с линейным поясным глубинным и вертикальным зонированием (Большое Сочи)	Сочетание пунктов 1 и 3 типов районов
3	Горно-туристские – <i>горные территории</i> . Планировочные структуры определяются особенностями рельефа: а) <i>горно-долинный</i> в виде ландшафтного амфитеатра (площадка в кольце склонов) или ландшафтного коридора (ущелья, русла рек с прилегающими склонами, горно-озёрные территории); б) <i>горно-склоновый</i> в виде ландшафтной лестницы (горные склоны различной крутизны) или обрывистые склоны, покрытые лесами или обезлесенные. Возможно всесезонное использование: лето – для туризма и отдыха; зима – для туризма и лыжного спорта. Приёмы (схемы) планировки – линейный, линейно-узловой и расчленённо-кустовой.	<i>Туристско-рекреационное расселение</i> – горные сельские населённые пункты (посёлки, сёла, деревни и хутора), туристские посёлки и деревни горнолыжных курортов (и традиционные альпийские хижины)
4	Равнинные с сетью озёр, рек, водохранилищ – озёрно-речные местности (долинный тип [2, с.16–17]). Планировочные схемы таких территорий (в том числе островных) – линейные, линейно-узловые, компактные.	<i>Туристско-рекреационное расселение (основное):</i> Туристские деревни Туристско-промысловые деревни Сельские населённые пункты с единичными туристско-рекреационными объектами Дачные посёлки
5	Водораздельный тип местности на моренном и/или увалистом холмистом рельефе (например, в европейской части России [2, с.16–17]) – с линейно-узловой и компактной планировкой туристско-рекреационных местностей	<i>Агрорекреационное расселение (основное):</i> Агро-рекреационные деревни Сельские населённые пункты с единичными туристско-рекреационными объектами Туристские деревни – посёлки при горнолыжных базах и горнолыжных курортах
6	Районы бальнеологических курортов (лечебно-санаторные отдельные курорты и курортные районы). Приёмы (схемы) планировки – разные: линейный (курортные зоны Крыма), расчленённо-кустовой (Кавказские Минеральные Воды), компактный (санаторий «Кашин», Тверская область).	<i>Курортное расселение</i> – города-курорты, курортные посёлки, сельские пункты при санаториях

Окончание таблицы

1	2	3
7	Районы отдыха больших городов и урбанизированных зон (для отдыха населения этих городов используются пригородные и удаленные от них территории, малые города и сельские населенные пункты, ареалы отдыха в сельской местности). Приёмы планировки таких территорий – линейно-глубинный и компактный.	<i>Дачное и туристско-рекреационное расселение (основные):</i> дачные поселки, агро-рекреационные деревни, детские загородные оздоровительные лагеря, сельские населённые пункты с единичными туристско-рекреационными объектами (базы отдыха, санатории, кемпинги, отели), туристские деревни, организованные коттеджные посёлки (для постоянного и сезонного проживания)
8	Экскурсионные районы. Для них целесообразно проектирование единых комплексно-организуемых систем туристических местностей и маршрутов, типа «Золотое кольцо» в центральной России. Схемы планировки определяются формой (конфигурацией) туристских маршрутов: линейные, радиальные, кольцевые и комбинированные	Города-экскурсионные центры, туристские деревни, в том числе этнографические деревни
9	Особо-охраняемые природные территории: природные парки, заповедники, заказники, национальные парки. Схемы планировки могут быть разными, желательно с минимальной расчленённостью (кластерностью) каждой отдельной территории как единого пространства и объекта управления.	Сельские пункты – экскурсионные центры, в том числе на пешеходных маршрутах Сельские курортные посёлки Туристско-промышленные деревни
10	Охотничье-рыболовные районы – это природные территории с особым сезонным режимом использования и посещения на землях охотхозяйств, рыбохозяйств, на берегах озёр и водохранилищ, зимняя рыбалка – «на льду». Основные схемы планировки – линейно-узловая и компактная.	Туристско-промышленные деревни – на базе рыбацких деревень, охотхозяйств (домики охотника и/или рыбака)

Понятие «*рекреационное расселение*» используется крайне редко и преимущественно в работах географов. В классической географии за расселением закреплено главное значение – населённые пункты (сеть), их состав (по типам, людности, возрасту и пр.), территориальное распределение и взаимосвязи. И второе – как понятие историче-

ского и/или временного, в том числе сезонного процесса заселения территории – *распределения потока «отдыхающих»* по поселениям в рекреационном районе. Оба вопроса важны не только в научном плане, но и для прогнозирования, планирования и проектирования рекреационного расселения туристских местностей.

Библиографический список

1. *Атия А. С.* Типы городов в рекреационных районах России: Автореферат дис. канд. геогр. наук. М., 1994. 23 с. URL: <http://earthpapers.net/preview/71139/a?#?page=1> (дата обращения: 30.06.15).

2. *Семёнов-Тян-Шанский В.П.* Город и деревня в Европейской России. Очерки по экономической географии с 16 картами и картограммами. СПб, 1910.

TYPES OF SETTLEMENTS IN RECREATIONAL AREAS

S.I. Yakovleva

Tver state university

170021 Tver, street Proshina 3 cor. 2, e-mail: Sv_Yakovleva@mail.ru

The concept of «recreational resettlement». Named the major types of urban and rural settlements in the recreational areas of different types.

Key words: population settlement, rural settlement, types of localities, tourist villages, tourist area.

УДК 911

SHOPPING AND TOURISM. DYNAMICS BETWEEN ITALY AND RUSSIA

D.Privitera ,

University of Catania, Department of Educational Sciences, 95124 Catania,
Italy

e-mail: donatella.privitera@unict.it

Shopping is becoming an increasingly relevant component of the tourism value chain. More and more, shopping has become one of the major categories of tourist expenditure, representing a significant source of income for national economies, both directly also through the many linkages to other sectors in the economy. This paper offers an overview of the importance of shopping tourism as a source of employment and income, particularly regarding Russian tourists in Italy. The findings prove that the attitude of Russian tourists in choosing Italy, is influenced not only by the seaside location and cultural products, but also by alternative features, such as shopping and gastronomic traditions, which represent the differentiating and value-creating elements.

Key words: shopping motivation, tourists, leisure

Introduction

Tourism inbound trends in Italy are characterised by flows that continue to grow at a rate of 6% in the last 5 years (Federturismo, Confindustria, 2014), despite the crisis, from countries such as Brazil, Russia, and China, areas of origin that make up markets of high potential, to which Italian tourist operators are increasingly directing their attention. In particular, visitors from Russia prefer Italy, despite tourists currently favouring other countries, such as Turkey and Egypt, which can be reached without a visa. According to the Bank of Italy, by 31 August 2013, Russian arrivals in Italy had increased by 15% (782,000 compared to 683,000 in 2012), while spending grew by 26%, exceeding the 940 million euros mark. This new elite is not just going on holiday, but seeks a meaningful and consistent gains, with a varied portfolio from real estate to consumer products. However, the market and places change, they distort and lose their specificity and tradition (e.g., Forte dei Marmi, where traditional shops have been replaced by global boutiques). The link between trade, leisure and tourism is increasingly reinforced, with a growing role in local development policies and the promotion of territories as an innovative tool for urban redevelopment and enhancement, and the promotion of social and creative processes and cultural cities (Cirelli and Giannone, 2013). The purchase of souvenirs, the shopping experience while travelling is a mode of live tourism, these key activities being autonomous in the construction of social identities and spatial constructs (Rabbiosi, 2008; 2011) and, at the same time, increasing other forms of tourism.

This paper explores the implications of the flow of tourists to Italy (in particular those from the Russian Federation) in relation to the transformation of places of consumption, in which the new formats of retail, shopping and leisure solicit different modes of purchases of experience and use of spaces. Specifically from a survey directed at operators (tour operators, hoteliers and restaurateurs) in the Taormina study area, the research investigates more in-depth the offer and type of shopping tourism and the impact of the effects on the touristic, cultural, economic and social characteristics.

1. Tourism and shopping

The environmental characteristics of a place of purchase is a factor long recognised as influencing the decisions of consumers, as it is believed that incentives arising from the outside act on spending decisions (Spies, Hesse and Loesch, 1997). Hence the statement of models of contemporary shopping are oriented to bring functions of consumption together in one place (such as the mall or, more recently, web squares) with opportunities to meet; entertainment and culture have somehow exceeded their primarily commercial origins (Cirelli, 2008). This is even more relevant to unplanned

purchases in places of relaxation and of leisure. It is known that large shopping centres, such as Las Vegas and Disneyland, have the ability to attract more tourists, as do religious centres, such as Mecca and San Pietro. The Mall of America, which has 40 million visitors a year, is the most important commercial centre in the United States, and is included in tourist trips organised by the Japanese. It attracts local and foreign clients, even for short and specific journeys or taking a day out to shop.

The phenomenon of shopping tourism is well established in Italy: logistics organisations and promotion attract customers to the shopping centres, recently transformed into outlet villages or factory outlet malls. At certain times, there are special flights (one example is London during the summer sales) for short journeys where the primary motivation of the trip is shopping (Moscardo, 2004; Rabbiosi, 2008). Many studies agree in their findings that shopping is a major travel motive and a significant leisure activity during trips, and scholars believe that a trip is not complete without some shopping (Thimoty, 2004; Choi et al., 2015).

Through the development of retail services and offerings, shopping tourism can serve as a platform for urban regeneration by adding value to areas which have, to date, been less visited by tourists. Cities utilise shopping and retail experiences to boost the appeal of a destination, supporting economic growth and income generation. Shopping tourism and cities form a symbiotic partnership. Timothy (2004) commented that consumption is not only of products but of places, space and time.

An overview of the positive and negative impacts of shopping tourism is reported in Table 1. The literature is extensive in its understanding of the meanings and impacts of different natures. Shopping, in fact, not only refers to the simple act of purchase, but is a complex experience that includes the individual and social character of human nature (Fabris, 2003; Ostidich, 2009). The tourist-consumer spends their free time and makes a psychological commitment because their research not only applies to specific assets that are able to meet material needs, but also involves the possibility of developing social relationships and signifying their identity. It appears to be a complex mystery and, even in a situation of economic and social crisis such as the current one, shopping has not disappeared. People continue to purchase products and the functions performed by the consumer have remained indispensable to the functioning of society.

In addition to the positive factors, however, the possible negative impact that may arise in relation to the local economy, and especially on the commercial network, should be considered. Obviously, this effect will depend greatly upon the ability of local businesses to provide specialised and diversified services, or the ability of a territory to organise a response in

terms of innovation, quality, differentiation, training, promotion and communication of its territory. Shopping is increasingly a marketing tool and a branding of destination (McIntyre, 2012). In any case, the point is to encourage operators to be more innovative in the service and more focused on the consumer/tourist.

Table 1

Impacts on tourism shopping	
<i>Positives</i>	<i>Negatives</i>
Source of income and employment	Abandoning traditional economic activities
Multiplier general effects	Inflation
Reduction of social imbalances	Distortion of the housing market
De-seasonalising tourism	Extending built-up areas
Integrated tourism development	Congestion
Enhancement of local territory	Emissions and other pollution
An unconventional destination	
Places of experiences and leisure	

2. The importance of tourists going shopping to Italy

In the last 10 years, tourism is one of the economic sectors that has had the greatest growth worldwide. Italy still has an important role in international tourism, but is struggling to keep pace with the growth of the sector and is tending to lose market share to its traditional European competitors, pointing to a significant loss of competitiveness.

The highest growth rates in expenditure on international travel in recent years have come from emerging economies, while key traditional source markets have seen a marked slowdown, due to the global economic crisis. Table 2 shows the top five countries by expenditure on international tourism in 2013.

Table 2

The top five countries by expenditure* on international tourism in 2013 (World Tourism Organization UNWTO, 2014)

Countries	USD \$ (billions)	2013/12
China	129	26%
United States	86	3%
Germany	86	2%
United Kingdom	53	25%
Russian Federation	53	4%

* Spending is classed as expenditure on international tourism before departure, including contracted transport.

Calculating expenditure on shopping tourism presents a challenge, as it is difficult to differentiate between spending by tourists and by non-tourists. “As an internationally traded service, inbound tourism has become one of the world’s major trade categories. [...] Globally, the sector provides 1 in every 11 jobs and for many developing countries it is one of the main

sources of foreign exchange income, creating much needed employment and opportunities for development” (UNWTO, 2014, p. 10).

According to UNWTO data, in 2012, eight of the top 10 most important destinations in the world in terms of international arrivals were the Russian Federation, France, the United States, China, Spain, Italy, Turkey, and Germany. Some of these countries have adopted specific policies to improve the shopping experience for visitors, creating new products and promoting tourism shopping and promising unique experiences to potential visitors.

Looking to Italy, tourism is an important sector for the country’s economy, making a significant contribution to the national economy, and generating more job opportunities than other priority industrial sectors. It is also an industry, perhaps the only one, where Italy has an enduring competitive advantage over time. However, in other countries (such as France and Spain), the contribution of tourism to the economy has increased, both in relative and in absolute terms. In recent years, the Italian tourism industry has lost market share in the world: from first position at European level in the early 1980s and again in the mid-1990s, to now only third (behind Spain and France).

Focusing on foreign arrivals in Italy and then on distribution to the Italian regions, the flow of tourists from the Russian Federation is one of the most dynamic aspects of the relationship between Italy and Russia, notwithstanding any crisis, international, political or economic. The survey on international tourism conducted by the Bank of Italy (2013) shows that Russian travellers in Italy spend more than Italian travellers in Russia (about 1.3 billion euros against 0.4 billion euros in 2013); Russian traveller spend (at current prices) was very high in Italy in the late 1990s (on average, 700 million euros per year), then fell to about 160 million euro in 2004, but then rose in every subsequent year, at an average rate of over 25% per annum (Alivernini, 2014).

In 2013, the Russian Federation was seventh in Italy’s incoming market with a 4% market share of total tourism receipts. This is just one of the indicators that explains the growing interest, but it should be remembered that factors, such as the geopolitical crisis in Ukraine, the slowdown of the Russian economy, the rouble devaluation, and the slowdown of the Italian economy has limited and slowed down tourist relations between the two countries (Degli Innocenti, 2014). The decrease of Russian tourist purchases, a direct consequence of a weaker rouble and of political unrest in the country, impacts on shopping dynamics in all major European cities.

Yet the Russian presence in Italy (Table 3) has doubled since 2009 and, in 2013, reached the figure of 1.3 billion euros. A comparison of the

Italian tourist sector with that of its main European Union competitors, shows that the Italian market is mature and comparable, in the number of beds, to the French market and is larger than the Spanish and German. The Italian make up of the sector is, however, characterised by numerous small structural features: the ratio of the number of facilities and beds in Italy is 1/30, lower than in Greece (1/40), Germany (1/65), Spain (1/74) and, above all, France (1/176). If this feature promotes diversity of supply, it can also be an obstacle to the attraction of Russian tourism, which requires specific services and a high quality, possible only with targeted investments.

Table 3

Dynamics of travellers, overnight stays, and spend of Russian tourists in Italy (Bank of Italy. Survey on International Tourism in Italy, 2013)

	2009	2010	2011	2012	2013
Travellers (.000)	461	649	793	1.050	1.088
Overnights (.000)	3.594	4.296	6.375	7.919	7.827
Expenditure (in billion euro)	623	830	925	1.191	1.328

The distribution of tourists confirms these trends. The most visited regions have large structures (with specific services for the Russians) and direct air links to the Federation. In 2012, according to official statistical information, the Russians preferred Emilia-Romagna (18.1% of total admissions), then the Veneto (14%), then Lombardy (13.3%), and Lazio (11.1%). With Tuscany (10.2%) and Sicily (6.6%), there is a concentration in these six regions of 73.3% of attendance (Perez and Santoro, 2014). An increase in tourist flows from Russia was confirmed in 2013 (3.7%), although the percentage was smaller than in previous years (67% in 2010–2013). The interpretation of this data should be integrated with those of tax-free shopping, the turnover in which grew in 2013, in line with previous years, at a rate of 8%. Russian tourists are driving the market, with 27% of total purchases and an average amount of 649 euros, followed by the Chinese (21%). Other countries are far behind: the Americans account for 6% of the tax free market, while Japanese tourists (5% of the market) recorded a decline of 25% of purchases, compared to 2012. The Russian tourists are top spenders in all major Italian cities: the proportion of purchases made by Russian citizens amounted to 29% in Milan and Rome, to 17% in Florence. The analysis of the types of services purchased by Russian travellers is interesting. In 2013, they spent 37% on the purchase of goods in shops, 30% on housing, and about 20% in restaurants and bars outside the hotel accommodation in which they stayed. Smaller shares were allocated to the purchase of inland transport services to Italy. It was a particularly high share that the Russians allocated to shopping complex that the states of origin of the expenditure amounts to 21%. The three elements most appreciated by the Russians in

Italy are, in descending order of average rating, art, landscape and Italian food (Table 4).

Table 4

Preferences of Russian tourists of some Italian tourist services (Tonini and Dyakonova, 2013)

Position		Average Rating
1	Cities and Art	9.29
2	Landscape and Environmental	9.10
3	Food	8.91
4	Hospitality	8.82
5	Security	8.79
6	Shopping	8.78
7	Information	8.46
8	Hotel	8.01
9	Price and Quality of Life	7.38

Two aspects are less popular: hotels, which are not viewed as adhering to international standards and, above all, the prices and cost of living, perceived as high. According to Istat (Perez and Santoro, 2014), in 2013, the cultural and artistic heritage is, in fact, the main attraction for Russian tourists (68%) and, among the natural attractions, the sea prevails (24%).

References

1. Alivernini A. (2014). Comportamenti di spesa dei viaggiatori Russi In Italia e degli Italiani in Russia. Convegno Internazionale sul turismo Italia-Russia. Il Turismo italo-russo, nuovi orizzonti conoscitivi, formativi e operativi. Milano, 5/6/2014. Available: http://www.unimib.it/upload/gestioneFiles/UfficioStampa/f2_Bancaditalia-comportamentidispesa deituristialivernini.pdf (accessed 10.3.2015).
2. Bank of Italy (2013). *Indagine sul turismo internazionale dell'Italia*. Available: http://www.bancaditalia.it/statistiche/rapp_estero/turismo-int (accessed 12.5.2015.)
3. Fabris G. (2003). *Il consumatore verso il post moderno*, Franco Angeli, Milano.
- Choi M.J., Heo C.Y, Law R. (2015). Progress in Shopping Tourism, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, published on line, pp.1-24. doi:10.1080/10548408.2014.969393
4. Cirelli C. (2008). Introduzione, in Cirelli C. (a cura di), *Città e Commercio*, Pàtron editore, Bologna, pp. 15-28.
5. Cirelli C., Giannone M. (2013). Nuove pratiche di consumo e spazi urbani, in Cirelli C., Giannone M., Nicosia E., *Percorsi creativi di turismo urbano. I luoghi dell'entertainment nella città del tempo libero*, Pàtron Editore, Bologna.

6. Degli Innocenti N. (2014). *La crisi ucraina pesa sullo shopping dei russi all'estero: in Gran Bretagna calo del 17% a febbraio*. Il Sole 24Ore, 24/3/2014.

7. Federturismo Confindustria, (2013). *Report: I numeri del turismo internazionale*. Available: <http://www.federturismo.it/it/i-servizi-per-i-soci/osservatorio-turismo/report/9487-report-i-numeri-del-turismo-internazionale-speciale-unwto>.

8. McIntyre C. (2012). Retail tourists as co-creators of tourist retail place and space, in McIntyre C. (ed.), *Tourism and Retail: The Psychogeography of Liminal Consumption*, Routledge, London, pp. 63-89.

9. Moscardo G. (2004). Shopping as a destination attraction: an empirical examination of the role of shopping in tourists' destination choice and experience". *Journal of Vacation Marketing*, 10 (4): 294-307.

10. Ostidich D. (2009). Hell Paradise Shopping: un progetto di studio, in Cautela C., Ostidich D., *Hell paradise shopping. L'inferno e il paradiso degli acquisti e del consumo*, Franco Angeli, Milano.

11. Perez M., Santoro, M.T. (2014). *Dimensioni e caratteristiche dei flussi turistici tra Russia e Italia*. Convegno Internazionale sul turismo Italia-Russia. Il Turismo italo-russo, nuovi orizzonti conoscitivi, formativi e operativi. Milano, 5/6/2014. www.unimib.it/upload/pag/1802106035/f5/f5.istatperezsantoro.pdf

12. Rabbiosi C. (2008). Outlet villages: il commercio extraurbano tra diverse modalità di shopping e di turismo, in Cirelli C. (a cura di), *Città e Commercio*, Pàtron editore, Bologna.

13. Rabbiosi C. (2011). "The invention of shopping tourism. The discursive repositioning of landscape in an Italian retail-led case". *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9(2), pp. 70-86.

14. Spies K., Hesse F. and Loesch K. (1997). Store atmosphere, food and purchasing behaviour. *International Journal of Research in Marketing*, 14(1), pp. 1-17.

15. Timothy, D. (2004). Shopping Tourism, Retailing and Leisure. *Aspects of Tourism*, 23, pp. 9-18.

16. Tonini G., Dyakonova O. (2013). *Le opinioni dei turisti: come i Russi vedono l'Italia e gli Italiani la Russia*. Convegno Internazionale sul turismo Italia-Russia. Il Turismo italo-russo, nuovi orizzonti conoscitivi, formativi e operativi. Milano, 5/6/2014. Available: <http://www.unimib.it/upload/gestioneFiles/Ufficio Stampa/f4.bicocca le opinioni deituristicitonini.pdf> (accessed 14. 4.2015)

17. World Tourism Organization (2014), *AM Reports, Volume eight – Global Report on Shopping Tourism*, UNWTO, Madrid.

АВТОРСКИЙ УКАЗАТЕЛЬ

А		К	
Агжанов Р.А.	238	Кадебская Л.Ю.	100
Александрова А.Ю.	9	Кадебская О.И.,	100
Аракчеева З.В.	15	Калоева З.Ю.,	105
Б		Кирюшкина Ю.Д.	
Барабанова Д.В.	247	Кицис В.М.	110
В		Коньшев Е.В.	116
Васина С.М.	22	Куделя Е.В.,	
Ведерников А.П.	26	Куделя Е.В.,	128
Волкова Т.А.	32, 38	Куприна Л.Е.	122
Г		Кусерова А.И.	72
Галачиева Л.А.	44	М	
Гудковских М.В.	50	Максимов Д.В.,	128
Гусейнова А.Г.	57	Масютин В.В.,	132
Д		Мидоренко Д.А.,	76
Долганова М.В.,	62	Миненкова В.В.,	128
Дунец А.Н.	297	Мищенко А.А.	32
Е		Морозова В.В.	137
Евдокимов М.Ю.,	69	Мышлявцева С.Э.	144
Евдокимова Е.В.	69	Н	
Емельянова Н.А.,	72	Никитина В.С.	147
Ж		Новиков В.С.	154
Жеренков А.Г.,	76	О	
Жуйкова И.А.	132	Обедков А.П.	160
З		П	
Захаренко Г.Н.	80	Павлова О.В.	166
Заяц П.П.	207	Пасюков П.Н.	173
Зорькина Г.В.		Пахомова Л.С.	180
Зырянов А.И.	86	Полухина А.Н.	185
Зырянова И.С.	91	Попова О.Б.	191
И		Потапов И.А.	196
Исаченко Т.Е.	97		

Р

Расковалов В.П.	200
Рубан Д.А.,	207
Рукомойникова В.П.	211

С

Савиновская А.В.,	218
Сафарян А.А.	224
Сафонова М.В.	285
Середа Н.Д.	230
Сидоров В.П.,	238
Созонова Е.Ю.	242
Соколов С.Н.,	247
Солдатенко И.С.	76
Сухов Р.И.	254

Т

Третьякова Т.Н.	258, 291
-----------------	----------

У

Ульянова Т.Л.	266
---------------	-----

Ф

Фирсова А.В.	271
--------------	-----

Х

Ханаева М.Т.	105
Харитонова Н.В.,	279
Хуснутдинова С.Р.,	285

Ц

Цулая И.В.	128
------------	-----

Ч

Черепанов А.С,	291
----------------	-----

Ш

Шапошникова Н. Г.	279
Шебалина М.С.,	297
Ширинкин П.С.	302

Щ

Щепеткова И.О.	313
----------------	-----

Я

Яковлева С.И.	319
---------------	-----

Р

Privitera D.	325
--------------	-----