

А.В. Фирсова

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 911.3. 321

ВОЗМОЖНОСТИ ИСТОРИЧЕСКОГО ГОРОДА В СЕГМЕНТЕ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ г. ЧЕРДЫНЬ)

Чердынь и ее окрестности является признанным культурным ландшафтом и туристской дестинацией, но в последние годы наблюдается спад туристских прибытий на территорию.

Одной из проблем Чердыни является отсутствие туристских предложений в сегменте молодежного туризма. С целью анализа возможностей исторического города в сегменте молодежного туризма была проведена учебная практика по туристскому проектированию, результатами которой стал ряд рекомендаций по благоустройству городской среды, созданию инфраструктурных объектов, туристских сервисов и событий.

Ключевые слова: *культурный ландшафт, туристская дестинация, предприятия туризма и сервиса, молодежный туризм, Чердынь.*

A.V. Firsova

Perm State University

OPPORTUNITIES OF THE HISTORICAL TOWN IN THE SEGMENT OF YOUTH TOURISM (ON THE EXAMPLE OF CHERDYN)

Cherdyn and its surroundings are the recognized culturallandscape and tourist destination. However, in recent years there has been a decline in tourist arrivals in the territory. One of the problems of Cherdyn is the lack of tourist offers in the segment of youth tourism. In order to analyze the capabilities of the historic city in the youth tourism segment, there was held an educational practice on tourism design. The results of the practice have become a number of recommendations for improving the urban environment, creating infrastructure facilities, tourist services and events.

Keywords: *cultural landscape, tourist destination, tourism and service enterprises, youth tourism, Cherdyn.*

Культурный ландшафт как основа туристской дестинации. Город Чердынь и его природное окружение является сбалансированным культурным ландшафтом — это и место сосредоточения туристских ресурсов, и полигон проектирования туристских маршрутов, и узнаваемый визуальный образ [4, с. 86]. Сегодня здесь создано множество туристских продуктов экскурсионного, активного, паломнического, событийного характера: «Центры Пермской цивилизации», «В поисках Анфаловского городка»; водные

маршруты по р. Березовая и р. Колва; фестиваль «Зов Пармы»; паломнические туры к местам заточения боярина Романова в г. Ныроб, включенные во Всероссийскую программу «Императорский маршрут».

Чердынь — это «колодец памяти», уходящий корнями в тот древний мир, когда боги общались с людьми, богатыри превращались в могучие горы, а девушки становились быстрыми реками. Исторические перипетии Перми Великой вдохновили писателя Алексея Иванова на создание роман-легенды «Сердце Пармы». Произведение стало настолько популярным, что вызвало к жизни этно-фестиваль «Зов Пармы» [1]. Что же касается исторических фактов, то все они бережно собраны и представлены в Чердынском краеведческом музее им. А.С. Пушкина,

© Фирсова А.В., 2019

Фирсова Анастасия Владимировна,

к. геогр.н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;

firssowa@mail.ru

созданном в год столетия со дня рождения поэта, в 1899 г.

Статистика посещения Чердынского краеведческого музея показывает, что на территорию пребывает туристов в шесть раз больше, чем проживает в городе: число посетителей музея в 2017 г. составило 27 476 человек, число жителей города — 4 677 [9, 11]. Однако является ли Чердынь, ее культурный ландшафт, туристской дестинацией? В определении понятия туристская дестинация мы опираемся на опыт отечественных исследователей, для которых дестинация а) это объект регионального проектирования в представлении территориальных рекреационных систем разных уровней: страна — регион — ландшафт — центр — предприятия — маршруты; б) это социально-географическая местность, которую турист или целый сегмент туристского спроса выбирает в качестве цели поездки, местность, которая располагает всеми необходимыми учреждениями, организациями, средствами размещения, обслуживания, инфраструктурой развлечений; в) дестинации различаются по территориальному признаку, но каждая из них наделена уникальными, присущим только ей комплексом характеристик [3].

При всей уникальности историко-культурных и природных ресурсов у Чердыни есть проблемы, которые препятствуют устойчивому интересу к ней как к дестинации. Об этом говорят показатели посещаемости музеев и фестивалей: в 2017 г. музей посетили 27 476 чел., что на 4 240 чел. меньше, чем в 2016 г.; фестиваль «Зов Пармы» принял в 2018 г. 5 000 чел., тогда как в 2012 г. гостей фестиваля было 18 000 [6, 7]. Позиции Чердыни особенно слабы в сегменте молодежного туризма, иными словами, город не производит ожидаемого впечатления на туриста в возрасте 14–35 лет. Чердынь как дестинацию выбирает поколение от 40 и старше.

Полевое исследование. С целью изучения Чердыни как туристской дестинации и разработки предложений в сегменте молодежного туризма была организована выездная учебная практика по туристскому проектированию для группы магистров кафедры туризма ПГНИУ под руководством автора. В задачи практики входило: 1) анализ доступных информационных ресурсов и сбор справочной информации о Чердынском районе, о туристском потенциале территории; 2) обзор предприятий, представляющих услуги питания и размещения, торговые точки, объекты досуга и развлечений; 3) анализ существующих экскурсионных и активных маршрутов; 4) полевое исследование: знакомство с деятельностью предприятий туризма и сервиса на местах, обследование

туристских маршрутов в городе; социологический опрос среди жителей, вовлеченных в обслуживание туристов и не связанных напрямую с обслуживанием; 5) SWOT-анализ полученных данных и рекомендации по развитию в Чердыни туристского предложения в сегменте молодежного туризма и отдыха. Практика проходила в партнерстве с кафедрой архитектуры и урбанистики ПНИПУ.

В период практики была создана база данных о туристских аттрактантах и инфраструктуре Чердынского района в группе в ВК (цикл постов «Чердынь — Пермь Великая»). Среди достопримечательностей Чердыни особо выделены: 1) природные объекты (камень Полюд, Ветлан, река Вишера и предания о них; пешие маршруты «Ораловский тракт» и «Дивья пещера», сплавы «В каньонах реки Березовой» и «По Вишере алмазной», озеро Чусовское и озеро Нюхти как объекты туризма и рыбалки). 2) символические ресурсы (предания о чуди и «чудские места», Чердынь, Покча, Искор как места действия романа А.В. Иванова «Сердце Пармы»). 3) сакральные объекты (святые источники в Покче, Салтаново, Ныробе и легенды о них; православные храмы Чердынского района и предания о них).

Проанализирована степень освещенности туристских достопримечательностей и инфраструктуры на муниципальных сайтах Чердынского района (табл.1)

Отметим, что при изучении сайта, оценивалась структура и дизайн, а также сервисы обратной связи и наличие мобильной версии, что практически отсутствует на изучаемых сайтах.

Деятельность предприятий туризма и сервиса. Краеведческий музей — стержень чердынской туристской дестинации. Музей посещают школьники, студенты, экскурсионные группы (в основном среднего и старшего возраста), паломники, участники событийного туризма (фестивалей «Зов Пармы» и «Покчинское подворье»), отдельные семейные группы и иностранные туристы. В беседе с научным сотрудником Е.П. Куртенок удалось выяснить позитивные и негативные факторы развития музея. *Плюсы.* В музее работает творческая команда, которая создает интерактивные экскурсионные программы, адресованные как местным жителям, так и гостям. Приведем пример некоторых программ: «День рождения — день даренья» (6 июня в день рождения А.С. Пушкина — люди дарят вещи, которые имеют историю, сопровождают подарок рассказом, получают бессрочный «входной» в музей); «Рождественские чтения» — художественное чтение литературных произведений при камине и свечах 31 декабря; «Урок в жен-

ской гимназии» (интерактивная экскурсия с элементами театрализации); «Анатомический театр» (экспозиция в подвале здания с интерактивными элементами); игры в купеческой гостиной (лото, шарады, мигалки и др.); услуги фотографирования в костюмах эпохи. *Минус.* Поток приезжих школьных групп неуклонно падает, что связывают с ужесточением правил перевозки детей на туристическом автобусе. *Плюс.* Музей предоставляет возможность приобрести по выгодной цене пропуск во все музеи Чердыни. Данный «музейный абонемент» является отличным инструментом для увеличения их посещаемости и способствует росту бюджета. *Минус.* Музейный пропуск представляет собой абсолютно неприметный билет, не вызывающий эстетического удовольствия. Следует задуматься о разработке специального дизайна абонемента в соответствии с уже готовым брендбуком города Чердыни. Данное решение позволит распространять информацию об услуге за пределами Чердынского района благодаря туристам, многие из которых станут оставлять билет у себя в качестве сувенира, календаря, закладки.

На территории г. Чердыни успешно функционируют пять предприятий общественного питания, три гостиницы, различные магазины, включая сетевые «Магнит», «Пятёрочка», «Лион», а также сувенирная лавка «Народные промыслы». Кафе Чердыни имеют непрятязательный интерьер и предлагают стандартную домашнюю еду: суп-лапша, выпечка, компот, салаты. Кафе «Чародейка» располагается рядом с центральной площадью, его стоит классифицировать как столовую (реализация без официантов, через линию раздач, полное самообслуживание). Здесь 180 посадочных мест, помещение делится на два зала, наибольший из которых часто используется местными жителями для проведения банкетов, свадеб и других праздников. К конкурентным преимуществам кафе можно отнести наиболее выгодное местоположение и большой банкетный зал. Средний чек 150 руб. Закусочная «Метелица» имеет 50 посадочных мест. Это наиболее популярное заведение в дневное время среди жителей города. Демократичные цены, приятное обслуживание через официантов, большой ассортимент, питание организованных групп, комплексные обеды. В кафе также реализуются алкогольные напитки. Средний чек 150 руб. Кафе «Лика» имеет наименьший рейтинг по городу. По отзывам можно утверждать, что заведение прежде всего питейное и не подходит для туристов. Кафе «Шоколад», на 64 посадочных места, работает до 17:00, отдалено от центральной части города, имеет хорошие отзывы (средний чек: 200 руб.), но из-за отдаленности

не пользуется спросом туристов. Кафе-Бар «Джаз». Бар работает до позднего вечера в будни (10:00-22:00), а в выходные здесь проходят дискотеки до 05:00. Является единственным увеселительным заведением в городе. На территории предприятия реализуется большой выбор горячих блюд, закусок и напитков. Заведение популярно среди местных жителей, в частности молодежи от 18 лет.

Из средств размещения отметим мини-отель «Старая пристань», ул. Набережная, 2. Отель располагается в черте города на берегу реки Колва, фонд 12 номеров, стоимость варьируется от 500 до 2800 руб. На территории отеля расположены: гостевой домик со всеми удобствами, банкетный зал, охраняемая автостоянка, русская баня и бассейн. База отдыха «Северный Урал» расположена в 1,5 км от центра города. Представляет собой экологическую территорию с четырьмя зданиями. Имеется возможность аренды как номеров в основном здании, так и отдельного двухэтажного коттеджа на территории. В дополнительные услуги входят баня, сауна-бассейн, площадка для пикников, прокат лыж, езда на снегоходе и экскурсии, стоянка на территории. Гостиница «Уют» на 16 номеров — двухэтажное кирпичное здание в центре города, наиболее бюджетный вариант для размещения. В гостинице имеются номера эконом, стандарт и люкс-класса. Услуги гостиницы: автостоянка, прачечная, интернет. Гостиница «Охотничья слобода» на берегу реки Колва, в 1,2 км от центра города. Двухэтажный коттедж, 8 спален, удобства на этаже и отдельные домики в традиционном русском стиле. Дополнительные услуги: бар, бильярд, баня, аренда моторной лодки, организация и сопровождение охоты и рыбалки, мангалы, чаепитие из самовара на углях.

Как видим, дефицита в средствах размещения и местах общественного питания нет. Количество и уровень обслуживания удовлетворительны для данного города. Минусом является невозможность позднего ужина для туристов, так как кафе в городе работают до 19:00. Рекомендации гостиницам — начать работу с сервисами бронирования (*booking* и др.).

К плюсам городской среды нужно отнести наличие навигационных знаков на центральных улицах Чердыни. Это таблички коричневого цвета с изображением белых пиктограмм и надписей на русском и английском языках. Знаки установлены по направлению к церквям и часовням, родникам, паркам, памятникам культурного наследия и природы, музеям, в том числе к новому музеиному центру памяти М.Н. Романова в п. Ныроб, указывают направление к основным гостиницам и базам отдыха. Возле памятников природы и культур-

Таблица 1

Анализ информации о туристских услугах на муниципальных сайтах

	Сайт администрации г. Чердынь	Сайт Чердынского муниципального района	Сайт Чердынского краеведческого музея	Сайт Центра дополнительного образования
Контент и структура	Разделы: о городе, органы власти, общество, культура, транспорт, новости.	Разделы: о районе, органы власти, общество, туризм, культура, транспорт, новости, погода.	Информация о музее, контакты, режим работы, информация об экспонатах, разделы «для посетителей».	Разделы: новости, мероприятия, маршруты, «Семигорье» (клуб любителей бега), ДОЛ «Парма». Гостевая: возможность задать вопросы.
Дизайн	Цветовая гамма – зеленый дружественный.	Цветовая гамма — голубая, гармоничная.	Мягкая цветовая гамма: бежевый фон, черный и красный шрифт.	Яркий дизайн, мелкий шрифт.
Услуги по туризму	Музейные экскурсии, исторический театр, экскурсия «Чердынь – Ныроб», экскурсия по городу, народные промыслы, информация о местах питания и гостиницах.	Раздел заполнен не до конца. Есть данные о базах отдыха, пунктах питания, информация о детском туризме, описание объектов паломнического туризма. Информации о маршрутах и их исполнителях нет.	Раздел в разработке.	ДОЛ «Парма», КЛБ «Семигорье». Маршруты: «Тропами чердынских вогулов», «По Ораловскому тракту» «На Пендыш за удачей».
Плюсы	Новостная лента постоянно обновляется. Есть поиск по сайту. Есть версия для слабовидящих.	Информативность, постоянное обновление. Понятная структура. Есть версия для слабовидящих. Есть поиск по сайту.	Краткая информация о музее, контактные данные и адреса. Есть версия для слабовидящих.	Есть поиск. Есть версия для слабовидящих. Контактные данные, ссылки на группы ВК. Понятная структура. Гостевая.
Минусы	Сайт не адаптирован под мобильную версию. Раздел «опросы» неактивен. Описаны туры, но нет информации об исполнителях.	Очень мелкий шрифт. Сайт практически точно такой же, что и сайт администрации г. Чердынь.	Сайт на стадии разработки. Неактивный. Плохое качество изображений. Нет мобильной версии.	Местами мелкий шрифт. Нет мобильной версии сайта.

ного наследия установлены информационные щиты на двух языках. Во время прогулки по исторической части города можно прослушать аудиогид «Чердынские клады» на платформе *izi.travel.perm*.

С точки зрения сервиса, на территории Чердыни ощущается нехватка следующих объектов: общественных туалетов, парков развлечений и других досуговых площадок; проката туристского инвентаря (велосипед, лодка и др.); пешеходных дорожек на отдаленных улицах города, кафе, которые работали бы в вечернее время, гастрономических сувениров.

Опрос среди жителей города. Были проведены интервью со специалистами, отвечающими за обслуживание туристов в городе. В опросе принимали участие представители администрации, научные сотрудники музея и экскурсоводы, администраторы гостиниц. Все-

го было опрошено 7 человек, которые дали ответы на 12 открытых вопросов. Специалисты отметили, что чаще в город приезжают туристы старше 35 лет. Цель поездки преимущественно культурно-познавательная, людей интересует краеведческий музей и весь комплекс храмов. Наиболее популярное время года для посещения — лето. Вопрос о том, какие дополнительные услуги желают получить туристы дал несколько вариантов: рыбалка, увлекательные рассказы о прошлом, мастер-классы, перекус на костре, баня, бассейн. Большинство туристов очень лояльны к сервису и услугам и жалобы — это скорее исключение. Люди, которые побывали в Чердыни однажды, чаще всего возвращаются сюда вновь. На вопрос «заинтересованы ли предприятия сервиса в увеличении потока туристов», мнения разделились. В целом предприятия «удовлетворены загрузкой». Всеми специалистами отмечалась

нехватка финансовой поддержки в развитии инфраструктуры, отсутствие газификации, нехватка кадров, сезонность посещения города. По мнению администрации и сотрудников музея развитию новой коммерческой туристской инфраструктуры в Чердыни препятствует то, что в город приезжает преимущественно бюджетный турист, который на всем экономит и новые услуги будут не востребованы, а также краткий промежуток времени, который турист проводит здесь (как правило это вечер и полдня). Изменения, связанные с благоустройством Чердыни как туристской дестинации не значительны. За последние пять лет здесь появились: проект «музей доступен всем», Литературный сквер, арт-объект «Лось», конференция «Мир Мандельштама», квест-путешествие «В поисках Анфаловского городка».

В беседе со специалистами мы обратили внимание на слабость социальной коммуникации, слабую вовлеченность местных жителей в создание туристских событий и услуг. Так в 2004 году в Чердыни был образован «Чердынский центр дополнительного образования», который предлагает программы различной туристско-краеведческой и спортивной направленности: «Юный экскурсовод», «Туристы-экологи», «Рукопашный бой», «Лыжная подготовка», «Мир театра». Благодаря деятельности ЦДО известность приобретают чердынские марафоны «Семигорье», «Семигорчики». Спортивно-туристские марафоны отличаются от спортивных марафонов — они проводятся не только ради преодоления препятствий, ставят перед собой более широкие задачи: расширение кругозора путешественника при знакомстве с новыми местами и людьми [2, с. 169]. Но услуги ЦДО адресованы прежде всего местным жителям и неизвестны туристам. Другой пример, в 2016 году в Чердыни прошла Международная конференция в память о 125-летии О.Э. Мандельштама. Но это было мероприятие для исследователей творчества поэта, в которое не были вовлечены местные школьники в формате чтений или школьной конференции, хотя в Чердынском районе работают десять школ (4 средних и 6 основных). Еще один пример — в сувенирной лавке «Народные промыслы» представлен широкий выбор качественных сувениров — как классических магнитов, кружек и одежды, так и аутентичных вещей. Здесь работают местные мастера — керамисты и художники. Однако, сувенирная лавка, имея просторный зал для мастер-классов и кадры, не предлагает такую услугу туристам.

Положительным фактором для развития туризма является лояльное отношение местных жителей к туристам, туризму и фестивалям. Это было выявлено в ходе опроса 50 человек

на улицах города. Чердынцы гордятся своей малой родиной, знают ее историю, готовы оказывать услуги в сфере гостеприимства. Считают, что Чердынь известна своей историей (50 % опрошенных), архитектурой (17 %), природой (11 %). Увеличение туристов в городе за последние пять лет отмечают 63 %. Пользу от пребывания туристов видят в том, что в городе следят за чистотой (32 %), туристы дают доход местным предпринимателям (30 %), появляются дополнительные рабочие места (11 %), местные жители сами больше узнают о городе (8 %). Готовы разместить туристов у себя на взаимовыгодных условиях 54 % опрошенных. В качестве ключевых достопримечательностей называют храмы (38 %), семь холмов (18 %), музеи (18 %). На вопрос, какие изменения нужны Чердыни для более комфортной жизни, отмечают потребность в качественных социальных объектах, местах отдыха и развлечений, детских площадках.

Опрос в целом получился информативным, и можно с уверенностью говорить о перспективном развитии нескольких видов туризма в Чердыни: культурно-познавательного, образовательного, паломнического, спортивного и экологического. Но за неимением стратегии развития туризма в районе, из-за отсутствия стабильного субсидирования этой отрасли из средств регионального бюджета развитие туризма движется здесь почти невидимыми шагами. Определенные преференции (субсидии из федерального бюджета) возможно получить в случае возвращения Чердыни статуса исторического города, но данные перспективы необходимо последовательно и аргументированно доносить до местного сообщества, чтобы и оно в свою очередь имело волю к реализации долгосрочных проектов.

SWOT-анализ Чердыни как туристской дестинации. Сбор справочной информации о туристском потенциале Чердыни и полевой выезд на территорию позволил составить SWOT-анализ, в котором рассмотрены возможности создания новых предложений в сегменте молодежного туризма (табл. 2).

Рекомендации по развитию и увеличению предложения в сегменте молодежного туризма и отдыха. Особенность молодежного туризма — сочетание развлечения с познанием, включенность в командную и индивидуальную деятельность, возможность пройти испытания, приобрести опыт и впечатления, поделиться пережитым с социумом [5]. Молодым людям свойственно желание проводить время ярко и непринужденно и быть в чем-то полезным местному обществу или территории.

SWOT-анализ

Таблица 2

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ:	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ число гостей в шесть раз превышает число жителей; ▪ богатая история города, традиции; ▪ местный патриотизм; ▪ экология региона и его природные достопримечательности; ▪ наличие мест питания и размещения для туристов; ▪ известные события («Зов Пармы», марафон «Семигорье», «Дни памяти Михаила Романова»). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ отдаленность территории от краевого центра, ▪ плохо развитая инфраструктура (дороги, транспортное сообщение, отсутствие газа); ▪ малочисленное население, слабая социальная коммуникация; ▪ отсутствие точек городской активности; ▪ нестабильная работа телекоммуникационных систем; ▪ отсутствие тротуаров для пеших туристов в пределах основных исторических улиц города; ▪ краткий промежуток времени, что турист проводит здесь.
ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ использовать архитектурные памятники в качестве мест развлечения и/или средств размещения; ▪ создать музейный квест-рум; ▪ возродить судоходство на реке; ▪ развивать рыбную гастрономию; ▪ возродить чайные традиции; ▪ развивать направление мастер-классов; ▪ создавать линейку гастрономических сувениров; ▪ продвигать единый музейный абонемент; ▪ организовывать волонтерские программы по молодёжному туризму; ▪ создавать мероприятия, которые бы вовлекали местную молодёжь и молодёжь из соседних территорий в образовательный событийный туризм; ▪ комбинировать познавательный и природоориентированный туризм; ▪ активно продвигать туристские предложения, используя стилистику созданного брендинга. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ малочисленное население, нехватка квалифицированных и инициативных кадров; ▪ высокие затраты на создания сервисных предприятий и их слабая окупаемость в дальнейшем; ▪ слабое взаимодействие институций культуры образования, социальной сферы, бизнеса в реализации туристских проектов; ▪ недооценка туристских ресурсов при разработке стратегических программ социально-экономического развития территории; ▪ конкурентные туристские предложения г. Соликамска, г. Усолья.

Молодежь готова экономить на транспорте и средствах проживания, но в то же время потратит деньги на услугу, в которой есть элемент приключения, испытания, творчества. Поэтому, оценивая возможности развития туризма в молодежном сегменте, мы выделяем для Чердыни следующие предложения (проекты), которые могут быть реализованы бизнесом, общественными организациями и государственными структурами:

Использовать архитектурные памятники в качестве мест развлечения и/или средств размещения. Например, водонапорная башня может стать кафе/планетарием/кинозалом/ скалодромом. Такой объект мог бы стать местом досуга и развлечения не только для туристов, но и для местных жителей, которым не хватает современных центров досуга. Купеческий особняк может стать аутентичным отелем начала XX века или функциональным хостелом, со стилизованным общественным пространством.

Перспективно создавать предложения в сфере частного судоходства, обустроить причалы, организовать прокат водных видов транспорта. Сопутствующие услуги: рыбалка, фотографии, наблюдение птиц.

Разнообразить гастрономическое предложение в городе. Разработать меню с рыбными блюдами: уха, копченая рыба, вобла. Воз-

родить чайные традиции, например, открыть «Чайную купца Юхнева» на площади у Воскресенского собора — летнее кафе с аутентичным интерьером, где туристы могли бы попробовать травяной чай и сладости местного производства. Создать линию гастрономических сувениров, продумав подарочную упаковку и оригинальные названия: чердынский хлеб, варенье из морошки, ягоды, джем из клюквы, брусники, соленые грузди, рыжики и др. Развивать направление мастер-классов по прикладному творчеству: гончарное дело, шитье, роспись, кулинария. Турист, отправившийся в путешествие, готов и с радостью потратит дополнительные деньги для получения положительных эмоций, а обустройство точек сбыта пищевой продукции поможет увеличить городскую сферу услуг.

На основе фондов Чердынского краеведческого музея создать музейный квест-рум, где информацию о природе, мифологии, этнографии и истории района представлять в системно-деятельностной форме.

Разработать программы волонтерского туризма, где молодежь Пермского края и других регионов страны может быть вовлечена в деятельность, направленную на помочь пожилым людям; в программы, связанные с консервацией памятников архитектуры; программы по экологической помощи территории. Реали-

зовывать волонтерские туристские программы через грантовую деятельность.

Создавать мероприятия образовательного и событийного туризма, вовлекающие старшеклассников и студенчество в путешествие и интеллектуальное творчество, в спортивные испытания (конференции, семинары исторической, культурологической, литературной тематики, марафоны, многоборья, спелеологию и др.).

Комбинировать познавательный и природно-ориентированный туризм. Туры в Чердынь должны включать не только посещение музея и храмов, но время для сбора грибов в лесу, ягод на болоте, для поездки к памятникам природы, отдыха на реке.

Главная задача предлагаемых туристских продуктов — дополнить существующие туристские программы новыми предложениями, подарить незабываемые эмоции, привлечь и задержать молодого туриста в Чердыни для того, чтобы он успел ощутить главное — «тишину» и «глубину» этого города.

Библиографический список

1. Абашев В.В. Фирсова А.В. Творчество Алексея Иванова как фактор развития внутреннего туризма в Пермском крае // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2013. Вып.3. С. 182–190.

2. Королев А.Ю. Способина Е.П. Спортивно-туристские марафоны как способ развития спортивного туриз-

ма в Пермском крае // Туризм в глубине России: сб. тр. III Междунар.науч. семинара (21–26 июля 2014 г.) / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. — Пермь, 2014. С. 168–172.

3. Морозов М.А., Войт М.Н. Теоретико-экономическое содержание понятия «туристская дестинация» <http://vestnik-rosnou.ru/pdf/n2y2013/p188.pdf> (Дата обращения 14.03.2019).

4. Фирсова А.В. Культурный ландшафт как образовательная среда: структура и возможности / География и туризм / Научный рецензируемый журнал / Вып. 1. 2018 г. С. 86–94.

5. Харитонова Н.В. Брюхова В.А., Емельянова Е.М., Салангина К.Ю. Предпочтения путешествующей молодёжи в выборе средств размещения (на примере Пермского края) / География и туризм / Вып. 1. 2019 г. С. 121–124.

6. «ЗОВ ПАРМЫ» СОБРАЛ БОЛЕЕ 5 ТЫСЯЧ ЗРИТЕЛЕЙ http://mk.permkrai.ru/press-centr/news/60018/?phrase_id=24189 (дата обращения 30.03.2019).

7. Отчет МБУ «Чердынский краеведческий музей им. А.С. Пушкина» за 2017 г. <http://museum-cherd.ucoz.com/dokumenty/merged-pdf.io-.pdf> (Дата обращения 15.03.2019).

8. Сайт администрации г. Чердынь (<http://cherdyn.permarea.ru>).

9. Сайт Чердынского краеведческого музея (<http://museum-cherd.ucoz.com>).

10. Сайт Центра Дополнительного Образования г. Чердынь (<http://cdocherd.ucoz.com>).

11. Сайт Чердынского муниципального района (<http://cherdynarea.permarea.ru>).