

1/2019

научный
рецензируемый
журнал

ПЕРМСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Географический факультет
Кафедра туризма

ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ

GEOGRAPHY AND TOURISM

Тема номера:

**ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ
И ТУРИЗМЕ**



ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ

GEOGRAPHY AND TOURISM

научный рецензируемый журнал

1/2019 тема номера:

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Учредитель:

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Издатель:

Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Выходит 2 раза в год

Журнал издается кафедрой туризма ПГНИУ с 2005 года.

Предыдущее название «География и туризм / Geography and Tourism: сборник научных трудов» (до 2017 г.)

Редакционная коллегия:

Александрова А.Ю. (д. г. н., г. Москва),
Бероев Б.М. (д.г.н., г. Владикавказ),
Волк Е.Н. (к.э.н., г. Пермь),
Королев А.Ю. (к.г.н., г. Пермь),
Мажар Л.Ю. (д. г. н., г. Смоленск),
Миненкова В.В. (к.г.н., г. Краснодар),
Мичурин С.Б. (к.г.н., г. Пермь),
Мышлявцева С.Э. (к.г.н., г. Пермь),
Сафарян А.А. (к.г.н., г. Пермь),
Чижова В.П. (д. г. н., г. Москва),
Ширинкин П.С. (к. г. н., г. Пермь),
Харитонова Н.В. (к.э.н., г. Пермь)

Главный редактор:

Зырянов А.И., д. геогр. н., проф., заведующий кафедрой туризма ПГНИУ

Ответственный секретарь:

Фирсова А.В., к. геогр. н., доцент кафедры туризма ПГНИУ

Верстка:

Сидоров В.В.

Издание включено в национальную информационно-аналитическую систему
«Российский индекс цитирования» (РИНЦ)

Адрес редакции:

614990, Пермский край, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15.
Пермский государственный национальный исследовательский университет,
географический факультет, кафедра туризма,
тел.: (342) 2-396-601;
e-mail: turizm@psu.ru, firssowa@mail.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ТУРИЗМА

Конышев Е.В. ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА СТРУКТУРИЗАЦИЮ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА	5
Кедрова Е.В., Кицис В.М. К ВОПРОСУ О СОСТАВЛЕНИИ ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ	11
Голубчиков Ю.Н. ИСКУССТВО ЖИТЬ	19
Зырянова И.С., Зырянов Г.А. АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГЕОГРАФИИ РЕЛИГИЙ И ТУРИЗМА	26
Мелехина О.В., Фирсова А.В. ОСОБЕННОСТИ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЭТНОТУРИЗМА	30
Веденников А.П., Шаронова Е.А. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЛЕТНЕГО ОТДЫХА В РАМКАХ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО ТУРИЗМА	37

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Калабкина И.М., Кицис В.М. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТУРПРОДУКТОВ В ИНДИИ	41
Зубкова Л.Ю. ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ	46
Середа Н.Д. ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ КАК ДЕСТИНАЦИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА	52
Мышлявцева С.Э., Ланин В.В. ОЦЕНКА ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРЕСА К ТУРИСТСКИМ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЯМ ПЕРМСКОГО КРАЯ	62
Мышлявцева С.Э., Рыжкова М.А. ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГИС	69
Ширинкин П.С., Швецова О.А. ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ СИМВОЛИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ПЕРМСКОГО КРАЯ И ГОРОДА ПЕРМИ	78
Лучников А.С. ТУРИЗМ В ГОРНОЗАВОДСКОМ ПРИКАМЬЕ: РОЛЬ В ТРАНСФОРМАЦИИ ФУНКЦИЙ ТЕРРИТОРИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ	84
Князева Д.С., Вольхин И.Л. СЕМЬ ЧУДЕС ГРЕМЯЧИНСКОГО РАЙОНА КАК БРЕНД ТЕРРИТОРИИ	92
Фирсова А.В. ВОЗМОЖНОСТИ ИСТОРИЧЕСКОГО ГОРОДА В СЕГМЕНТЕ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ г. ЧЕРДЫНЬ)	98

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Волк Е.Н. УПРАВЛЕНИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯМИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ	105
Овчинникова И.Г. ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ НА РЫНКЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ	110
Лимпинская А.А. АДАПТАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ К СОВРЕМЕННЫМ ЗАПРОСАМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ)	116
Харитонова Н.В., Брюхова В.А., Емельянова Е.М., Салангина К.Ю. ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПУТЕШЕСТВУЮЩЕЙ МОЛОДЁЖИ В ВЫБОРЕ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ)	121
Валькова О.Е. ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО ФУТБОЛУ 2018 г. И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В МОРДОВИИ	125
Макарцева Л.В. ФЕСТИВАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ	129
Плакхина Л.В. КУЛИНАРНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ «ПРИКАМСКАЯ КУХНЯ»: ИСТОРИЯ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ	133
Жуланова В.В., Вольхин И.Л. ТУРИСТСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В ПГНИУ	136

АКТИВНЫЙ, СПОРТИВНЫЙ И ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННЫЙ ТУРИЗМ

Зуев А.П. СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ В СЕВЕРНОЙ ЧАСТИ ПОЛЯРНОГО УРАЛА	140
Колб Е.А. ГИС-ТЕХНОЛОГИИ, КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗРАБОТКИ И ПОПУЛЯРИЗАЦИИ МАРШРУТОВ АКТИВНОГО ТУРИЗМА НА СРЕДНЕМ УРАЛЕ	148
Мичурин С.Б. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОБСЛУЖИВАНИЕ МАРШРУТОВ МАССОВЫХ ВИДОВ АКТИВНОГО ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМАТИКА И РЕКОМЕНДАЦИИ	153
Королев А.Ю. ПОТЕНЦИАЛ ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННОГО ТУРИЗМА ЧУСОВСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА	160
Аспидова М.В. НОВЫЕ КРАТКОСРОЧНЫЕ ЛЫЖНЫЕ МАРШРУТЫ В ОКРЕСТНОСТЯХ ПЕРМИ	164
Микитюк К.В. ПЕШЕХОДНЫЕ И ВЕЛОСИПЕДНЫЕ МАРШРУТЫ, КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КОМИ-ПЕРМЯЦКОМ ОКРУГЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ	168
Носкова Ю.А. РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ГОРНЫХ РАЙОНАХ МИРА НА ПРИМЕРЕ ГОРЫ КАЧКАНАР	172
Шарифулин С.Р. ПЕРМСКИЙ КРАЙ — РЕГИОН ДЛЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ОТДЫХА	177

ЭКСКУРСИОННЫЙ ПРАКТИКУМ

Макарцева Л.В., Преображенский Ю.В. ХРОНОТОП ГОРОДА В ТУРИСТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ СТРАНЫ (НА ПРИМЕРЕ Г. САРАТОВА)	183
Гусейнова А.Г. ЭКСКУРСИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ	189
Гартвик Ю.Е., Вольхин И.Л. ЭКСКУРСИОННАЯ УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА СТУДЕНТОВ ПГНИУ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ	192
Ренева О.А. КОНТОРЫ И МАГАЗИНЫ ТОВАРИЩЕСТВА «ГУБКИН&КУЗНЕЦОВ»: ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	201

ПУТЕШЕСТВИЕ ГЕОГРАФА. ОЧЕРКИ И ЭССЕ

Каганский В.Л. ТЕОРЕТИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ЭТЮДЫ. X. ЛЕНТОЧНЫЕ БОРЫ РАВНИННОГО АЛТАЯ	206
Левинтов А.Е. ГЕОГРАФИЯ ПУТЕШЕСТВИЙ В МОСКОВСКОМ СЕРЕБРЯНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ	224
Пахомова О.М. ПУТЕШЕСТВИЕ ПО ИНДИЙСКИМ ГИМАЛАЯМ	228
Пасюков М.П., Пасюков П.Н. МОРСКОЙ КАЯКИНГ: САХАЛИН – КУРИЛЫ	232

ПРЕДИСЛОВИЕ

Журнал «География и туризм» публикует научные статьи туристско-рекреационной тематики, исследования в сфере сервиса и маркетинга турпродуктов, работы по краеведению и экскурсоведению, эссе о путешествиях географов.

В настоящий выпуск журнала включены материалы представителей академической науки, преподавателей, магистрантов и студентов, а также специалистов бизнес среды из городов Вологда, Киров, Москва, Саранск, Саратов, Пермь, Кунгур, Южно-Сахалинск, Ярославль.

В статьях рассмотрены вопросы теории и практики туризма, развитие различных видов туризма в отдельных регионах и муниципалитетах, тенденции в сфере сервиса и гостеприимства, технологии создания событий, подходы к проектированию маршрутов активного туризма. Ряд статей предлагает инновационные методы изучения пространственной организации туризма с помощью ГИС-технологий, аналитики больших данных, анализа образно-географического восприятия территорий.

Журнал будет интересен тем, кто занимается проблемами туризма и сервиса в России и мире.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ТУРИЗМА

Е.В. Конышев

Вятский государственный университет

УДК 338.482.22

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА СТРУКТУРИЗАЦИЮ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

Туристско-рекреационное пространство является объектом изучения рекреационной географии и занимает особое место в исследованиях сферы туризма и рекреации. Ряд исследователей считает ТРП подпространством географического пространства, и отмечает его меньшую структурированность и изученность. В данной статье предпринята попытка обобщить различные точки зрения к выделению понятия ТРП и предложить авторскую позицию. При изучении различных публикаций, посвященных ТРП, были выявлены следующие особенности. С точки зрения социальных наук на ТРП изучению подвергаются особенности поведения туристов и местных жителей, социальные факторы, их влияние на стили жизни, их разнообразие, ценностные ориентации индивидов. Встречаются понятия «пространство отдыха», «социальное пространство туризма». Экономический подход предполагает изучение туризма и рекреации как части экономического пространства, оперируя такими категориями как туристско-рекреационный комплекс, дестинация, кластеры. ТРП рассматривается как совокупность субъектов экономической деятельности, как отрасль экономики и источник пополнения бюджета. При этом кластерный подход становится основным при его формировании и развитии. Культурологический подход раскрывает позицию авторов, которые изучают пространство через восприятие места, его смыслы, мифы, рассматривают ТРП как метагеографический образ и часть геокультурного пространства. Некоторые авторы выделяют особое мифологическое туристское пространство, виртуальное туристско-рекреационного пространства. Наиболее целостно концепция ТРП раскрывается в семье географических наук. Географический подход ориентирует исследователей на поиск направлений устойчивого развития ТРП, рассматривает вопросы его структуризации, взаимодействия с другими подпространствами, рассматривает ТРП в единстве с категорией «время». Авторское понимание ТРП как части географического подпространства укладывается в общее видение данной категории в географической среде. Однако, мы считаем, что ТРП обладает специфическими чертами и свойствами, ярко пропступающими в процессе его территориализации. С нашей точки зрения, в основе территориализации лежит выделение региональных туристско-рекреационных систем.

Ключевые слова: туристско-рекреационное пространство, структуризация, региональная туристско-рекреационная система.

© Конышев Е.В., 2019

Конышев Евгений Валерьевич,

к. геогр. н., доцент кафедры сервиса, туризма и торгового дела,

Вятский государственный университет,

konj@bk.ru

E.V. Konyshov
Vyatka state University

MODERN FEATURES OF TOURISM SPATIAL DEVELOPMENT

Tourist and recreational space is the object of study of recreational geography and occupies a special place in the research of tourism and recreation. Some researchers believe TRP subspace geographical space, and marks itless structured and knowledge. This article attempts to generalize different points of view to the definition of TRP and to propose the author's position. In the study of various publications on TRP, the following features were identified. From the point of view of social Sciences, TRP is studied the characteristics of the behavior of tourists and local residents, social factors, their impact on lifestyles, their diversity, value orientations of individuals. There are concepts of "space of rest", "social space of tourism". The economic approach involves the study of tourism and recreation as part of the economic space, operating in such categories as tourist and recreational complex, destination, clusters. TRP is considered as a set of subjects of economic activity, as a branch of the economy and a source of replenishment of the budget. In this case, the cluster approach becomes the main one in its formation and development. The cultural approach reveals the position of authors who are exploring the space through the perception of space, its meanings, myths, consider TRP as metageographical image and part of the geo-cultural space. Some authors distinguish a special mythological tourist space, virtual tourist and recreational space. The most holistic concept of TRP is revealed in the family of geographical Sciences. The geographical approach focuses researchers on the search for sustainable development of TRP, considers the issues of its structuring, interaction with other subspaces, considers TRP in unity with the category of "time". The author's understanding of TRP as a part of geographical subspace fits into the General vision of this category in the geographical environment. However, we believe that TRP has specific features and properties that clearly appear in the process of its territorial-ization. From our point of view, the basis of territorialization is the allocation of regional tourist and recreational systems.

Keywords: tourist and recreational space, structuring, regional tourist and recreational system.

Категория туристско-рекреационного пространства (далее ТРП) в современных исследованиях занимает особое место. Повышенное внимание к данной категории обусловлено необходимостью обобщения накопленного опыта прикладных туристских исследований на основе мощной фундаментальной основы. Ученые географы, экономисты, социологи, культурологи предпринимают попытки выделения существенных характеристик ТРП, его свойств, характерных черт, слоев и компонентов, разрабатывают модели, обосновывают направления структуризации. В то же время существует мнение, что ТРП (наряду с этно-, культурно-, и духовногеографическим) является наименее структурированным и изученным среди всех подпространств географического пространства-времени [20]. Следует отметить, что, учитывая сложность и динамичность туристско-рекреационного пространства, применение отраслевых подходов к его структуризации позволяет решать лишь частные и достаточно узкие задачи. Однако анализ различных точек зрения необходим для выделения основных направлений изучения туристско-рекреационного пространства.

Социологический подход ориентирован на исследование таких процессов как отдых и досуг, поэтому в публикациях чаще можно встретить понятия «рекреационное пространство», «пространство отдыха», «социальное пространство туризма». Одним из критериев выделения пространства отдыха выступает наличие совокупности объединенных досуговой деятельностью людей. Изучению подвергаются особенности поведения туристов и местных жителей, социальные факторы, их влияние на стили жизни, их разнообразие, ценностные ориентации индивидов [14]. С.В. Дусенко вводит понятие социальное пространство туризма как формы организации, имеющей особый правовой статус, транспортную инфраструктуру, инфраструктуру гостеприимства, кадры и множество других элементов, позволяющих, с одной стороны, обеспечить безопасность путешественника, а с другой, — его комфортный доступ к интересующим его историческим памятникам, культурным объектам, центрам рекреации и прочее. Потребности населения становятся главной движущей силой структуризации пространства, когда в «туристических городах» из пространства, «населенного»

туристами, начинает постепенно «вымыватьсь» местное население. В результате возникает выраженная пространственная структура, обладающая особым правовым статусом и принятыми социальными практиками [5].

Экономический подход предполагает изучение туризма и рекреации как части экономического пространства, оперируя такими категориями как туристско-рекреационный комплекс, дестинация, кластеры [11]. ТРП рассматривается как совокупность субъектов экономической деятельности, как отрасль экономики и источник пополнения бюджета. При этом кластерный подход становится основным при его формировании и развитии [3]. Оригинальная точка зрения к структуризации ТРП сложилась ученых Беларуси. Они предприняли попытку совместить географический и экономический взгляд на ТРП. Так А.И. Тарасенок считает, что дестинация выступает как географическое пространство, цель путешествия определенного туристского сегмента, турпродукт, субъект конкуренции и объект предпринимательства, а отличительной особенностью геоэкономического структурирования туристского пространства является принцип территориальной континуальности [19]. С точки зрения рыночных отношений и распределения глобализации ТРП претерпевает глубокую трансформацию. Формируются новые черты ТРП: высокая динамика конъюнктуры туристского рынка, унификация турпродукта, доминирование на туристских рынках стран и регионов крупных транснациональных корпораций (туроператоров), проникновение на региональный и локальный иерархические уровни туристской субкультуры [16].

Культурологический подход раскрывает позицию авторов, которые изучают пространство через восприятие места, его образы, смыслы, мифы. Некоторые авторы выделяют особое мифологическое туристское пространство, как один из типов туристского пространства [18]. Весомый вклад в изучение ТРП как мета-географического образа и части геокультурного пространства внесли Д.Н. Замятин [6], В.Л. Каганский [9]. По мнению Д.Н. Замятина, пространство возникает из движения — воображаемого, мысленного, метафизического, физического, а путешествие способствует расширению пространства и самоорганизации его образов. Отдельного внимания заслуживают исследования виртуального туристско-рекреационного пространства, которое формируется, в том числе, и на основе метагеографических образов. В состав туристского виртуального пространства входят информационные поля, потоки, ресурсы, рынок, правовые нормы. По мнению авторов, массовое внедрение в со-

циум разнообразных программ и проектов, основанных на технологии дополненной реальности, безграничность сфер, применения которых и транслируемое ими расширение возможностей восприятия позволяет говорить о расширении пространства [1].

Географический подход ориентирует исследователей на поиск направлений устойчивого развития ТРП. В большой семье географических наук необходимо выделить рекреационную географию, для которой ТРП является объектом изучения. Неудивительно, что большинство исследований было проведено в русле данной научной дисциплины. Однако, в последние годы, в связи с интеграцией российских и зарубежных подходов к изучению ТРП, отмечается отсутствие единства терминологической базы. Наиболее употребляемыми терминами являются рекреационное, туристское и туристско-рекреационное пространство. Одним из первых о понятии и особенностях структуризации ТРП заявил Б.Б. Родоман. По мнению Б.Б. Родомана, рекреационное пространство человека представляет собой сложную сеть, состоящую из линий разной мощности, лент и полос разной ширины, собранных в узлы. Рекреационное пространство характеризуется континуальностью и дискретностью. Отмечена его неоднородность, что позволяет осуществлять районирование пространства, обозначать его основные контуры, локальные, площадные и линейные образования. В своих исследованиях Б.Б. Родоман уделял внимание и вопросам взаимодействия природно-географического и общественно-географического пространства. В нескольких работах он рассмотрел аспекты расположения стационарных рекреационных жилищ на однородной лесистой равнине без водоемов, расположения автомобильных и пешеходных туристских и прогулочных дорог, особенности маршрутного туризма выходных дней в пригородном секторе (1967 год), разработал модель линейно-сетевого рекреационного пространства человека (1975 год) [17]. В работе В.С. Преображенского, Ю.А. Веденина и др. (1989) представлена концепция рекреационно-географического пространства как основа дальнейшего развития теории рекреационной географии. По их мнению, она связана с исследованием морфологии пространства и эволюции процессов и форм территориальной организации рекреационной деятельности. Авторы отмечают, что среди множества задач, решаемых в рамках этого направления, особо следует выделить разработку представлений о взаимосвязи свойств такого пространства: континуальности и дискретности [15]. Роль рекреации в освоении пространства подчеркивает и ряд других ис-

следователей. Ими выделены исторические этапы рекреационного освоения Европейской территории России, характеризующиеся различными масштабами влияния рекреации на ландшафты [8]. Польские ученые, анализируя туристское пространство, пришли к выводу о возможности его типологии и цикличности развития. Данный цикл отражает следующие стадии развития туристского пространства:

- пространство дотуристское (нетуристское);
- пространство исследования (начало изучения и туристского освоения);
- пространство проникновения (кратковременный отдых, развитие познавательного туризма, привлечение инвестиций);
- пространство колонизации (создание постоянной туристской инфраструктуры, образование центров отдыха, строительство «второго жилья», большой приток туристов);
- пространство урбанизации (переселение людей на постоянное место жительства, сокращение турпотока);
- послетуристское (нетуристское) пространство [2].

В.И. Кружалин в своих исследованиях отмечает, что все пространство Земли с точки зрения реализации туризма и отдыха можно рассматривать как глобальное туристско-рекреационное пространство. При этом наряду с районированием ТРП, особое значение имеет применение типологического подхода для структуризации пространства, а для его формирования и функционирования туристских центров решающую роль играет кластерный подход [12]. Несколько иного подхода придерживается Л.Ю. Мажар, которая считает туристско-рекреационное геопространство одним из видов пространств, основу которого составляет территориальная туристско-рекреационная система, обладающая динамическими свойствами. Благодаря этому, любую территориальную туристско-рекреационную систему можно трансформировать, целенаправленно развивать, тем самым совершенствуя туристско-рекреационное геопространство [13]. Схожего мнения придерживается А.Н. Дунец. Он определяет ТРП как часть географического пространства, которое имеет комплексный, природно-социально-экономический характер. Оно формируется в результате реализации потребностей человека в туризме и рекреации, в сочетании с природными и культурно-историческими ресурсами территории, активностью организаторов и органов государственного управления. В основе структуризации географического пространства лежит его дифференциация и интеграция, а также континуальность и дискретность.

Дискретность отражают такие понятия, как система, комплекс и их структуры. Континуальность характеризуют понятия: район, зона, регион [4]. Дискретность и континуальность ТРП рассмотрена в работах А.И. Зырянова. Он определил иерархию туристских территорий в виде дробного туристского района (микроуровень), туристско-географический район (мезоуровень), туристско-географический пояс (макроуровень), а компонентом ТРП считает элементарную туристскую территориальную систему [7]. Вопросы формирования, территориализации и функционирования ТРП рассматривались М.Д. Шарыгиным и Е.В. Конышевым. По нашему мнению, ТРП является частью общего географического пространства, обладая при этом специфическими чертами и свойствами. В формировании ТРП большое значение имеет современная «деятельность» людей отдыхающих. Для восприятия четырехмерного ТРП предлагается осуществлять процесс территориализации (ТТРС). В основе территориализации ТРП лежит выделение элементарных туристских территориальных систем [7], территориальных туристско-рекреационных систем [13], региональных туристско-рекреационных систем (далее РТРС) [10]. Функционирование и развитие данных систем сопровождается структурными и функциональными изменениями, влияющими на топологические и параметрические свойства пространства. Для более глубокого раскрытия процессов функционирования ТРП нужно рассматривать не только особенности деятельности целостных ТТРС, необходимо изучать их особенности на региональном уровне. РТРС формируются на основе регионального потенциала и имеют свои особенности. Более того, при осуществлении процессов территориализации туристско-рекреационного пространства необходимо учитывать специфику функциональной и пространственной моделей РТРС [21]. Функциональная модель РТРС отражает соотношение туристского и рекреационного подпространства. И хотя они развиваются неотрывно друг от друга, зачастую сливааясь, необходимо рассматривать их индивидуальные черты и свойства. Так, например, основные отличия касаются целей развития, особенностей потребления, ресурсной основы, типов предприятий, принципов организации и управления, критериями эффективности развития. Пространственная модель отражает ядерно-ареальное строение РТРС (рис. 1). В зависимости от стадии развития ТРП его основными структурами являются опорные точки, туристские доминанты, рекреационные парки и зоны, туристские маршруты, транспортные коридоры.

Функциональная и пространственная модели РТРС отражают оптимальное ее состояние, позволяют выделить механизмы развития и являются основой для территориального планирования и управления. Они учитывают принципы устойчивого развития, (например, ориентацию на потребности проживающего населения), определяют туристские доминанты, облегчая процесс брендирования территории, повышая эффективность инвестиционной деятельности.

Таким образом, как прослеживается из анализа публикационной активности ученых, занимающихся проблемами структуризации ТРП, существует ряд мнений на рассматриваемые модели, выявленные компоненты, внутренние и внешние связи, силы и механизмы развития систем. В нашей статье мы постарались изложить основные взгляды на туристско-рекреационное пространство и его структуризацию, представили и авторское видение. Несмотря на то, что ТРП формируется в структуре географического пространства оно имеет другой источник образования (скорее всего не деятельность, а отдых). ТРП представляет собой результат взаимодействия двух противоположных начал (например: природы и общества, туриста и местного жителя). В процессе взаимодействия формируется структура пространства, его маршрутная континуальность и рекреационная дискретность, происходит трансформация ТРП (расширение или сужение). Введение категории «время» необходимо, но еще сильнее усложняет понимание ТРП. Структурные компоненты ТРП функционируют не только в пространстве, но и во времени. Причём время чётко коррелируется со свободным временем рекреантов и туристов. Оно может быть познано путём исследования свободного ежедневного, еженедельного, ежегодного, пожизненного времени человека. В целом, на наш взгляд, в современной научной среде можно выделить следующие «проблемные» направления изучения ТРП.

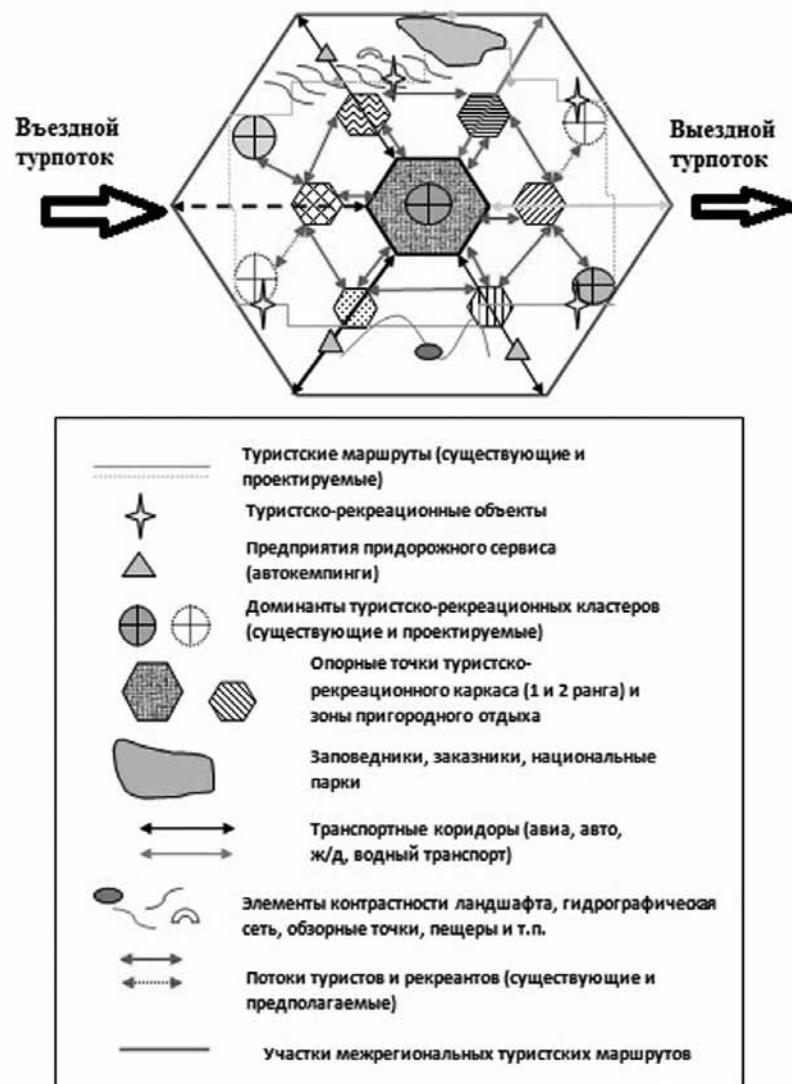


Рис. 1. Пространственная модель региональной туристско-рекреационной системы (составлено автором, 2015)

Во-первых, ТРП как философская категория. Появление новых теорий и гипотез формирования «пространства» и «времени», сущности категорий «отдых», «досуг», «рекреация», «туризм» оказывает существенное влияние на понимание ТРП. Как возникло пространство, как оно развивается, какие силы и механизмы задействованы при этом?

Во-вторых, ТРП как пространство для путешествий и организации туристской деятельности. Выполнение каких критериев позволяет выделить ТРП. Существуют ли нетуристские пространства? Почему регионы не могут создать условия для привлечения туристов?

В-третьих, актуальным и неизученным остается вопрос трансформации (расширение или сжатие) ТРП в новых социально-экономических и политических условиях.

В-четвертых, дискуссионным является вопрос и о моделях, методах структуриза-

ции ТРП, а также о механизмах его формирования. Предпочтение отдается деятельностному подходу к организации пространства. Но, следует отметить, что во время отдыха деятельность сведена к минимуму.

В-пятых, поднимаются вопросы различий в формировании индивидуального и группового ТРП, а также особенностей и отличий «туристского» и «рекреационного» подпространств.

В-шестых, ТРП как объект территориального планирования и управления. Кластерный подход относительно недавно стал активно применяться для развития сферы туризма и рекреации, и еще нет ясности в основных результатах его внедрения.

Библиографический список

1. Вишневская Е.В., Климова Т.Б. Перспективы развития виртуального информационного пространства в туристской индустрии // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т. 3. № 1. С. 22–33.
2. Владарчик Б. Цикл развития туристского пространства / Владарчик Б. // Туризм и региональное развитие. Вып. 4. — Смоленск: Универсум, 2006. — С. 225–234.
3. Грицай М.А., Маевский Д.П., Кулагина Е.В. Функциональные перспективы создания туристско-рекреационных кластеров в условиях единого экономического пространства // Омский научный вестник. 2012. № 4 (111). С. 78–81.
4. Дунец А.Н. Туристское пространство как научная категория в исследованиях туризма // Ползуновский альманах. 2015. № 3. С. 86–90.
5. Дусенко С.В. Социальное пространство туризма (социологический анализ): монография / С.В. Дусенко. — Курск: ЮЗГУ, 2014. — 180 с.
6. Замятин Д.Н. Путешествие: пространство, образ, реальность // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2015. № 5–6. С. 64–79.
7. Зырянов А.И. Регион: пространственные отношения природы и общества / А.И. Зырянов; ГОУ ВПО «Пермский государственный университет», Пермь, 2006. — 372 с.
8. Исаченко Т.Е., Исаченко Г.А. Роль рекреации в освоении пространства // Современные проблемы сервиса и туризма. 2012. № 1. С. 32–44.
9. Каганский В.Л. Пространственные закономерности культурного ландшафта современной России // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата географических наук / Институт географии РАН. Москва, 2012.
10. Конышев Е.В. Концептуальные модели региональной туристско-рекреационной системы (функциональный и пространственный уровни) // Вестник Забайкальского государственного университета. 2015. № 12 (127). С. 99–109.
11. Косенко О.Ю., Рудь Н.Ю., Штапова И.С. Туристская дестинация как экономическое пространство: основные подходы к определению // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 11 (117). С. 29.
12. Кружалин В.И. Принципы структуризации туристско-рекреационного пространства / В. И. Кружалин, К. В. Кружалин // Географические основы рекреации и туризма: теория, образование, практика. Тверь: Тверская усадьба, 2008. С. 3–14.
13. Мажар Л.Ю. Туризм в пространстве и времени: взгляд географа // Современные проблемы сервиса и туризма. 2014. № 1. С. 16–23.
14. Орлов А.С. Социология рекреации. — М.: Наука, 1997. — 142 с.
15. Основные концепции и модели рекреационной географии / В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин, Л.С. Филиппович, И.П. Чалая // Теоретические проблемы рекреационной географии. — М., 1989. С. 47–67.
16. Пирожник, И.И. Трансформация туристско-рекреационного пространства в эпоху глобализации / Пирожник И.И. // Туризм и региональное развитие. Вып. 4. — Смоленск: Универсум, 2006. 136–138., с. 137.
17. Родоман Б.Б. Поляризованный биосфера // Сборник статей / Б.Б.Родоман. Смоленск, 2002.
18. Соломина И.Ю. Мифологическое туристское пространство Самарского края: реальность и возможности // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т. 10. № 3. С. 64–72.
19. Тарасенок А.И. Новые подходы к структурированию туристского пространства: от рекреационных районов к геоэкономическим системам // Вестник БГУ. Серия 2, Химия. Биология. География. 2010. № 1. С. 95–98.
20. Шарыгин М.Д. Общественная география в системе научного знания: проблема географизации // В сб.: Социально-экономическая география: история, теория, методы, практика сборник научных статей. 2016. С. 45–52.
21. Шарыгин М.Д., Конышев Е.В. Туристско-рекреационное пространство: географические особенности формирования, территориализации и функционирования // Пространственная организация общества: теория, методология, практика [Электронный ресурс]: сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. (7–11 нояб. 2018 г.) / под ред. Т.В. Субботиной, Л.Б. Чупиной; Перм. гос. нац. исслед. ун-т — Электрон. дан. — Пермь, 2018. — 43 Мб; 653 с.

К ВОПРОСУ О СОСТАВЛЕНИИ ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Вопрос продвижения туристских дестинаций и регионального туристского продукта является одним из важных направлений исследования специалистов в индустрии туризма. Рост интереса к изучению данной темы вызван несколькими причинами. В качестве основных авторы выделяют: увеличение числа туристских дестинаций, быстрое развитие медианосителей и каналов распространения информации, появление нескольких новых направлений-поставщиков туристов. Большинство исследований в литературе по данной теме сосредоточено на отдельных аспектах продвижения места назначения, ее техниках и инструментах. Следовательно, гораздо меньше внимания уделено разработке комплексной программы, определяющей план продвижения туристской дестинации. Целью данной статьи является формирование авторского алгоритма действий, направленных на продвижение туристской дестинации. Программа продвижения построена на анализе нескольких существующих концепций, помимо этого в ней получили отражение ключевые особенности туристской дестинации как объекта продвижения.

Ключевые слова: программа продвижения, туристская дестинация, региональный туристский продукт, продвижение, территориальный маркетинг.

E.V. Kedrova, V.M. Kitsis
N.P.Ogarev Mordovia State University

TO THE QUESTION OF THE DRAFTING THE PROGRAM OF PROMOTION OF TOURIST DESTINATION

The issue of promotion of tourist destinations and regional tourist product is one of the important areas of scientific research in the tourism industry. There are several reasons for the growing interest in studying this topic. The authors point out the main of all: an increase in the number of tourist destinations, the rapid development of media vehicles and dissemination channels, emergence of several new source markets.

Most of the research in the literature on this topic focuses on certain aspects of the promotion of a tourist destination, its techniques and tools. Consequently, muchless attention is paid to the development of a comprehensive program defining a plan to promote a tourist destination.

The purpose of this article is to formulate the author's cumulative algorithm of actions aimed at promoting a tourist destination. The promotion program is based on the analysis of several existing concepts, in addition, it reflects the key features of the tourist destination as an object of promotion.

Keywords: promotion program, tourist destination, regional tourist product, promotion, territorial marketing.

© Кедрова Е.В., Кицис В.М., 2019

Кедрова Екатерина Владимировна,
аспирант кафедры туризма ФГБОУ ВО «Национальный
исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарёва»,
kedrova.ev@mail.ru

Кицис Вячеслав Михайлович,
к. геогр.н., доцент кафедры туризма ФГБОУ ВО «Национальный
исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарёва»,
vkitsis@mail.ru

Введение. Продвижение туристских дестинаций — важная часть территориального маркетинга. Основная задача продвижения состоит в том, чтобы заинтересовать потребителей туристской территорией до ее непосредственного посещения.

В настоящее время данное направление исследований вызывает повышенный интерес не только у теоретиков, но и у практиков туриз-

ма. Тенденция к изучению особенностей продвижения регионального туристского продукта во многом является следствием изменений в туристской индустрии. По мнению авторов в качестве основных можно выделить:

- рост числа туристских дестинаций, а, следовательно, и увеличение конкуренции между ними;
- быстрое развитие медианосителей и каналов распространения информации, что приводит к росту информационной насыщенности туристской индустрии;
- появление нескольких новых направлений-поставщиков туристов (так называемые направляющие страны), представители которых активно путешествуют [17].

Перечисленные выше причины повышенного интереса к теме продвижения туристской территории порождают не только усиление конкуренции в туристской индустрии, но и новые возможности в распространении информации о региональном туристском продукте, привлечении интереса путешественников, и, в конечном итоге, получения большей прибыли за счет увеличения туристского потока.

Вопрос продвижения туристских территорий и регионального турпродукта рассматривался в работах таких зарубежных ученых как: Ф. Котлер, Д. Хайдер, И. Рейн, С. Анхольт, Г. Д. Ашворс, Д. Бухалис, Т. Мойланен и С. Райнисто, С. Пике, К. Динни и другие [13, 9, 10, 11, 12, 14, 15]. Исследованиями в области территориального маркетинга занимались такие отечественные ученые, как Е.А. Джанджугазова, Т.В. Мещеряков, А.П. Панкрухин, Д.В. Визгалов, Т.В. Сачук и другие [2, 6, 7, 1, 8].

Часть исследовательских работ посвящена формированию маркетинговой стратегии туристской дестинации, которая, в конечном итоге, включает в себя и продвижение. Однако вопросу составления отдельного плана продвижения не уделено достаточного внимания. Во многом это связано со смешением понятий «стратегия маркетинга» и «план продвижения». В данной работе «стратегия маркетинга» — это разработанное на основе изучения потребительского спроса, конъюнктуры, действий конкурентов общее направление деятельности компании на определенный период, позволяющее решать основные задачи компании с учетом имеющихся у нее ресурсов в условиях меняющейся рыночной ситуации. «Программа продвижения» — это часть стратегии маркетинга, имеющая своей целью проинформировать потребителей о товаре или услуге, стимулировать спрос, создать и поддержать необходимый имидж. Именно поэтому часть вопросов стратегии маркетинга реализуются в программе продвижения.

Помимо этого, следует учитывать особенности туристской дестинации как объекта продвижения. Данные особенности не только делают территорию уникальным региональным туристским продуктом, но и влияют на ее продвижение. Ключевыми, по мнению авторов, особенностями являются [4, с. 42]:

- природа самого туристского продукта;
- многокомпонентный характер туристской дестинации и, следуемые из этого, особенности финансирования маркетинговой деятельности;
- особенности каждого конкретного региона.

Таким образом, авторы ставят перед собой цель на основе существующих концепций и особенностей туристской дестинации сформировать программу продвижения места назначения.

Литературный обзор. Свое видение плана маркетинга и продвижения территории предложила «Всемирная туристская организация» [18]. Целью данного плана является стратегическое позиционирование страны как туристического направления и выявление туристских моделей и приоритетных источников рынков и сегментов. Алгоритм действий, размещенный на официальном сайте, предполагает формирование подробного маркетингового и рекламного плана для индустрии туризма с учетом качества и количества туристских продуктов, разнообразия внутренних, региональных и международных исходных рынков, имиджа и позиционирования, брендинга, качества и распространения рекламных материалов (включая электронный маркетинг) и институциональные механизмы маркетинга и продвижения, включая государственно-частное партнерство.

Представленная «Всемирной туристской организацией» методология включает в себя несколько пунктов:

- Рассмотреть и оценить текущее качество и стандарты туристского продукта страны, как существующего, так и потенциального, с точки зрения его разнообразия (природного, культурного, рекреационного).
- Проанализировать прошлые и настоящие сценарии развития туризма в стране и провести несколько опросов посетителей в ключевых местах и оценить нынешний внутренний, региональный и международный имидж страны как туристического направления.
- Разработать профили краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных перспективных направляющих рынков (рынков-поставщиков туристов) и сегментов данных рынков, которые могут быть привлечены в страну. Установить целевые показатели прибытий и noche-

вок на пятилетние периоды с разделением по типу, категории и сегменту с международных и внутренних рынков-поставщиков туристов.

▪ Определить качество и оценить стоимость текущих маркетинговых и рекламных программ в стране, включая произведенные рекламные материалы, каналы их распространения, а также методы электронного маркетинга.

▪ Рассмотреть существующую институциональную структуру для маркетинга страны как туристического направления, а также определить и рекомендовать организационные изменения, необходимые для обеспечения эффективной реализации маркетинговой стратегии, предполагающей сильное государственно-частное партнерство.

▪ Подготовить среднесрочную и долгосрочную маркетинговую стратегию, включающую рекомендации по брендингу в пунктах назначения и определение финансовых и технических ресурсов, необходимых для реализации стратегии. Общая маркетинговая стратегия включает в себя подробную краткосрочную маркетинговую и рекламную программу на первые пять лет, с указанием мероприятий, целей и сметы расходов на ежегодной основе.

План, предложенный ВТО, представляет собой подробную концепцию маркетинговой стратегии. Данный алгоритм действий включает изучение не только регионального туристского продукта, прошлых и текущих программ маркетинга, но и институциональной базы, профиля и целеполагания клиентов и текущего имиджа территории. Однако, по мнению авторов, данная программа в большей степени рассчитана на формирование маркетинговой стратегии на уровне страны или развитой туристской территории, нежели дестинации, стоящей в начале развития регионального туризма. Данный план позволяет провести широкое изучение текущей обстановки, продукта и целевых рынков, но, вместе с этим, требует значительных финансовых, трудовых и временных затрат, что для территории в виду особенностей финансирования и входящих субъектов, состоящих из коммерческих, правительственные и общественные организаций, во многих случаях не представляется возможным. Кроме того, данная программа задает некоторый вектор развития, однако четких указаний и проработанных задач не предусматривает, что формирует впечатление создания некоторой общей картины. И, в завершении, согласно теме данного исследования, данный план не позволяет построить программу продвижения территории.

Признанный специалист в сфере маркетинга Ф. Котлер дал свое представление последовательности продвижения. Алгоритм действий

включает в себя следующие задачи: выявить целевую аудиторию, определить желаемую ответную реакцию, вы-брать обращение, выбрать средства распространения информации, выбрать свойства, характеризующие источник обращения, и собрать информацию, поступающую по каналам обратной связи [5, с. 405].

План, предложенный Ф. Котлером, непосредственно связан с продвижением и представляет собой некую формулу для создания программы донесения информации о товаре или услуге до потребителей. Очевидными достоинствами данного плана является универсальность использования под различные продукты, а также логичная последовательность и понятная закономерность каждого шага. В число отрицательных сторон данной программы авторы включают отсутствие привязки к особенностям туристской дестинации как объекта продвижения. Данный план не рассчитан на продвижения продукта, нацеленного на множественные целевые рынки, каким является дестинация. Помимо этого, в данной программе не прослеживается связь с общей маркетинговой стратегией, что является основой всей программы продвижения, особенно для территории.

Тезисный план, представленный в виде наводящих вопросов, предложен «Международным бюро труда» в рамках проекта «Инструментарий по сокращению бедности с помощью туризма». Согласно их точке зрения следующие вопросы должны помочь решить и спланировать кампанию по продвижению и рекламе [16]:

- Кто? Определите целевую аудиторию.
- Какие? Каковы цели кампании? Определите четкие, конкретные и измеримые цели.
- Как? Как звучит ключевое сообщение?
- Когда? Какое время самое подходящее?
- Куда? Какие средства массовой информации и, в какой степени использовать?
- Сколько? Каковы затраты на данную деятельность?
- Оценка. Какие результаты были получены в отношении поставленных целей? Оцените в количественном выражении (продажи), качественном выражении (репутация и имидж) и намерения о покупке. Кампания будет эффективной, если она соответствует поставленным задачам.

По нашему мнению, данный план продвижения представляет собой последовательный алгоритм действий, включающий решение всех основных задач продвижения. Форма изложения в виде перечня вопросов ясна и понятна, также легко запоминается. Однако, данный

план продвижения, по мнению авторов, является тезисным, следовательно, каждый подпункт представляет собой некоторое направление движения без детального описания. В предложенном алгоритме не просматривается связи с общей маркетинговой стратегией. Помимо этого, план не учитывает особенностей туристской дестинации. Одной из немаловажных отличительных черт дестинации как объекта продвижения является многокомпонентный характер входящих в нее субъектов, что, в свою очередь, ведет к особенностям формирования бюджета, затрачиваемого на продвижение. По мнению авторов последовательность действий, предусматривающая формирование затрат на программу продвижения непосредственно после выбора средств массовой информации и видах рекламы не целесообразна для продвижения территории.

Таким образом, авторами были проанализированы маркетинговая стратегия туристской территории, созданная «Всемирной туристской организацией», универсальная программа продвижения, представленная Ф. Котлером и тезисный план продвижения, размещенный на официальном сайте «Международного бюро труда». Представленные подходы к формированию программы продвижения, как непосредственно относящиеся к туристской дестинации, так и описанные по отношению к любому продукту, являются важными источниками информации для создания индивидуальной программы продвижения территории.

Основная часть. На базе анализа рассмотренных концепций по формированию программы продвижения туристской дестинации, а также с опорой на особенности дестинации как объекта продвижения, авторы сформулировали свой план продвижения. Данный план носит теоретический характер, последующая апробация будет происходить на примере Республики Мордовия как туристской дестинации.

1. Анализ текущей маркетинговой стратегии. Программа продвижения неразрывно связана с общей маркетинговой стратегией, являясь ее частью, она выполняет функцию донесения информации до потенциальных и реальных потребителей о товаре или услуге, стимулирует спрос и формирует и поддерживает имидж и бренд компании, дестинации или целой страны.

Маркетинговый план включает в себя несколько кампаний, осуществляемых через несколько коммуникационных каналов одновременно и решаящих определенные задачи. Комбинация всех этих каналов представляет собой «маркетинговой микс». Фактически, в маркетинговом плане может быть несколько планов одновременно, каждый с набором из-

меримых целей для количественной оценки результатов.

Первым шагом в создании плана по продвижению является анализ текущей маркетинговой стратегии. Прежде чем вложить средства в объявление, написать текст брошюры или разработать рекламную акцию, необходимо ясно представлять маркетинговые цели организации. Это поможет вести согласованную коммуникацию с потребителями.

Для формирования представлений о маркетинговой стратегии необходимо изучить следующую информацию: текущее состояние создаваемого продукта, уникальное преимущество от продаж (уникальное торговое предложение), цена по сравнению с конкурентами, применяемые каналы дистрибуции, имидж. На этом этапе необходимо внимательно изучить существующие активы, чтобы лучше понять, что можно использовать для поддержки плана продвижения, что необходимо оптимизировать, а от чего следует отказаться. Помимо этого, следует просмотреть маркетинговые методы и результаты прошлых лет, чтобы проиллюстрировать, что сработало и что необходимо улучшить с помощью нового подхода.

2. Изучение целевой аудитории, их потребностей и уникальное торговое предложение. Любой план продвижения должен быть сформулирован для конкретной группы целевых клиентов. В первую очередь это необходимо по той причине, что целевая аудитория оказывает определяющее влияние на «решения о том, что сказать, как сказать, когда сказать, где сказать и от чьего имени сказать» [5, с. 405].

Достижение передовых результатов на гиперконтактном, насыщенном контентом, конкурентами онлайн (и офлайн) рынке крайне сложно для большинства туристских дестинаций. Упростить процесс продвижения можно сосредоточением в первую очередь на привлечении клиентов, которые принесут наибольшую прибыль. Включение в план подробного описания идеальной клиентской базы имеет решающее значение для создания целенаправленных маркетинговых сообщений, которые не только достигнут адресата, но и решат поставленные перед ними задачи.

Один из базовых способов определить целевой рынок — изучить существующих потребителей. В отношении туристской дестинации до недавнего времени это можно было сделать путем проведения анонимных опросов в точках скопления туристов (ж/д- и автовокзалы, аэропорты, средства размещения и ключевые достопримечательности), а также путем сбора контактной информации и дальнейшего получения ответов по каналу обратной связи.

В настоящее время, благодаря достижениям в области цифровых технологий, возможности маркетологов по выявлению непосредственных предпочтений потребителей невероятно расширены. Устройства последнего поколения все чаще оснащены датчиками, которые позволяют получать контекстную информацию о потребителях и их устройствах. Огромные базы данных содержатся в различных социальных сетях и всевозможных приложениях. Передовые технологии позволяют маркетологам объединять информацию из различных источников, персонализировать профиль туристов через приложения и социальные сети, а также динамически взаимодействовать с интересующим их контекстом.

Кроме изучения непосредственных туристов, существуют такие техники формирования представления о целевой аудитории как проведение фокус-групп и исследование других предприятий в той же отрасли. Стоит иметь в виду, что программа продвижения, основанная на недостаточных исследованиях, неизбежно будет ошибочна.

Чтобы знать свою целевую аудиторию, необходимо изучить следующие ключевые моменты: общие характеристики туристов (пол, возраст, семейное положение, доход, с кем и когда путешествуют) и причины или цели, по которым они совершили поездку в данную дестинацию. Знание особых интересов «идеального туриста», его хобби позволяет легче общаться с ним через каналы распространения информации.

Наряду со сбором информации, крайне важно профилировать целевые рынки. Под данным термином понимается создание портрета или профиля «идеального клиента» — формализованное представление об идеальном туристе, который получает наибольшую пользу от посещения туристской дестинации и обеспечивает заданную норму прибыли.

У туристской дестинации в большинстве своем несколько профилей «идеального гостя», это связано с выбором вида отдыха, которые могут быть представлены на одной территории. Поэтому уместно идентифицировать и создать несколько разных профилей. Таким образом можно лучше сегментировать маркетинговые кампании и при необходимости ставить отдельные цели. Все пункты назначения различаются, следовательно, каждый пункт назначения будет иметь своих «идеальных клиентов». Следует учитывать, что целевой рынок потребителей варьируется в зависимости от сезона.

Один из принципиальных вопросов маркетинга территорий — осмысление того, как и на основании чего осуществляют их выбор потребители — реальные и потенциальные. Цели

посещения взаимосвязаны с потребностями клиентов, которые, в свою очередь, должны формировать представление о региональном туристском продукте, как о том, что способно удовлетворить эти потребности. После формирования представления о профилях целевой аудитории необходимо сформулировать «Уникальное торговое предложение», в котором четко указано, как данный региональный туристский продукт будет удовлетворять потребности представителей данной целевой группы. Уникальное торговое предложение является основой интегрированного плана продвижения. Он должен отражаться в каждом сообщении, которое рассыпается по всем каналам связи.

Данный пункт имеет важное значение при продвижении туристской дестинации. Это связано с одной из характерных ее особенностей как объекта продвижения — уникальности каждого конкретного региона. Ни одна туристская территория, даже расположенная в непосредственной географической близости, не является идентичной с другими территориями. Уникальность формируется на базе существующих ресурсов, используемых для удовлетворения потребностей туристов, институциональной базы туризма, предыдущего опыта работы в данной индустрии и пр. Особые характеристики каждой туристской дестинации должны быть учтены как в маркетинговом плане, так и в плане продвижения.

По мере роста количества каналов сбыта и числа конкурентов дестинациям необходимо стать более гибкими, чтобы уметь приспособиться к изменениям, происходящим в поведении путешественников. Необходимо всегда быть в курсе меняющихся потребностей клиентов, даже если профиль «идеального» потребителя уже создан. Детализация данного профиля является критически важной задачей, поскольку она оказывает огромное влияние на всю стратегию маркетинга, в том числе и на весь план продвижения.

Помимо этого, необходимо регулярно оценивать рыночную ситуацию, в которой находится отрасль. Важной задачей является изучение успехов и неудач непосредственных конкурентов — дестинации с похожим торговым предложением или аналогичной целевой аудиторией. Необходимо узнать как можно больше о тенденциях, уровнях доходов и привычках путешественников, чтобы подчеркнуть инициативы и маркетинговую тактику, которой необходимо следовать в рамках изучения актуальных тенденций рынка.

Профилирование целевых рынков имеет важное значение для продвижения в силу того, что позволяет не только определить потребно-

сти потенциальных потребителей, но и предоставляет возможность строить коммуникационную стратегию по тем каналам коммуникации, в рамках которых потребителям удобно взаимодействовать, что, в свою очередь, стимулирует конверсию.

3. Формулирование целей программы продвижения. Следующим шагом является формулирование целей продвижения. Здесь необходимо описать предполагаемые результаты всего плана продвижения, цели роста в краткосрочной и долгосрочной перспективе, а также финансовые цели в отношении возврата общих инвестиций. Данные прогнозы должны основываться на прошлых результатах и отражать стоимость вложений в сравнении с ее потенциальной отдачей.

В деловой речи цели часто определяются как конкретные, измеримые, желательные, реалистичные и ограниченные по времени, иначе называемые целями SMART. Примером SMART-целей является органический рост сообщества на официальных страницах в социальных сетях «Instagram» и «Facebook» соответственно на 45 % и 25 % за 12 месяцев до ноября 2018 г.

Другой успешной тактикой целеполагания является соотнесение профилей целевой аудитории с желаемыми целями. Исходя из созданных профилей «идеального покупателя», необходимо скорректировать цель, чтобы она соответствовала конкретным характеристикам или любому сегменту потребителей. Например, увеличить семейный туризм на 20 %.

Завершение работы по данному шагу может быть представлено в виде подробного графика на запланированный период, например, год, с конкретными датами для каждой кампании, которая будет запущена. Сроки являются важным аспектом любой программы продвижения, поэтому необходимо планировать даты, основываясь на продукте и особенностях дестинации, сезонах и целях, которые необходимо достичь в определенные сроки в течение года.

4. Формирование бюджета. В первую очередь данный раздел направлен на формирование рекламного бюджета. По банковским выпискам, а также финансовым документам с подробным описанием выручки от продаж и операционных расходов, необходимо определить, сколько финансовых средств возможно выделить на расходы по продвижению. В идеале доход должен увеличиться в результате рекламной кампании, однако не тратить на нее средства, которые нужны для покрытия других повседневных существенных расходов, таких как заработка плата, налоги или закупки.

Создание временного графика с разделением годовых продаж или доходов на ряд краткосрочных целей позволит удостовериться, что

имеется достаточно капитала, чтобы покрыть маркетинговые расходы за весь срок. Надо установить рекламный бюджет в начале года, не забывая сохранить расходы в рамках этого бюджета при выборе типов продвижения и частоты использования, которые могут наилучшим образом достичь целевых клиентов.

Для формирования бюджета необходимо решить, на чем основывать свой рекламный бюджет и когда, где и как его тратить. Не существует единой правильной методологии. Для справки ниже приведены некоторые самые распространенные методы, которые используются компаниями для определения бюджета продвижения:

- на основе процента от прогнозируемого дохода от продаж или прибыли;
- на основании желаемого охвата клиента или роста продаж, если есть четко определенная информация о клиенте и рынке;
- сравнение с бюджетом прямых конкурентов в отрасли;
- выделения конкретной суммы из выручки;
- исчисления исходя из целей и задач.

Туристская дестинация как объект продвижения отличается многокомпонентным характером входящих в нее субъектов: органы государственной власти, общественные организации, частные фирмы, местные жители и другие участники туристской деятельности в регионе заинтересованы в развитии туризма. Многочисленные и разнообразные отношения, существующие между туристскими организациями и местными органами власти, приводят к тому, что не существует универсального решения, когда речь идет о разработке единой, совместной, интегрированной программы финансирования продвижения туристской территории. Для регионов России наиболее эффективным вариантом решения данного вопроса является государственно-частное партнерство.

5. Проектирование медиаплана. Следующим шагом является создание медиаплана для рекламы, который будет базироваться на определении «идеальных потребителей», целей компании и бюджете всей программы продвижения.

Основные задачи при формировании медиаплана:

- определить ключевое сообщение или несколько сообщений, соответствующее целям программы продвижения, целевой аудитории и общей маркетинговой стратегии;
- отобрать конкретные каналы распространения информации или их совокупность согласно основным критериям: степень охвата и воздействия, а также приверженность к их использованию целевыми рынками;

- перевести ключевое сообщение в формат, пригодный для использования на каждом канале коммуникации (например, видеоролик, пост в социальных сетях);
- выбрать время размещения и частоту демонстрации сообщений. Создать календарный план всех коммуникаций рекламного характера с потребителями в рамках данной программы продвижения;
- выявить основные показатели для количественного и качественного измерения эффективности каждого из используемых каналов коммуникации.

Отбор конкретных средств для оценки каналов распространения информации по их способности охватывать наиболее релевантную целевую аудиторию основан на ряде характеристик:

- Приверженность целевой аудитории к определенным средствам информации или, так называемые, медиапривычки целевой аудитории.

▪ Специфика товара. У разных средств информации разные потенциальные возможности демонстрации товара и его наглядного представления. Следовательно, разные средства распространения информации располагают разным потенциалом с точки зрения демонстрации, визуализации объяснения, правдоподобности и т. д.

▪ Специфика обращения. Обращение, содержащее большой объем технической информации, может потребовать использования специализированных журналов. Если сообщение содержит значительное количество специальных данных, можно использовать термины в расшифровке.

▪ Стоимость. Располагая характеристиками средств информации, специалист, планирующий их использование, должен принять решение о распределении бюджетных ассигнований по их основным видам. Факторы, которые нужно учитывать при определении бюджета на рекламу: стадия жизненного цикла услуги, доля рынка, конкуренция, частота выхода рекламы и индивидуальные особенности услуги.

Природа самого туристского продукта, превалирование оказываемых услуг над проданными товарами в туризме, неосозаемость туристского продукта — все перечисленные особенности туристской дестинации важно учитывать при формировании медиаплана.

6. Измерение эффективности. При формулировании целей большое значение имеет возможность определять их эффективность, а именно соответствующие ключевые показатели эффективности. Ключевые показатели эффективности — это то, что организация будет использовать для измерения эффективности

каждого шага программы продвижения и оптимизации их для улучшения результатов.

После того, как сформирован медиаплан, необходимо спланировать правильный набор показателей успеха для каждого канала коммуникации. В связи с переходом на цифровые технологии большинство каналов коммуникации, как и соответствующие им показатели эффективности, связаны с сетью Интернет и носят общее название веб-аналитика. Веб-аналитика — это измерение, сбор, анализ и отчетность данных Интернета с целью понимания и оптимизации использования связанных с ним технологий.

Веб-аналитика представляет возможность сбора качественных и количественных данных. Качественные исследования, обычно проводимые с помощью интервью, опросов или фокус-групп. Качественные исследования, с другой стороны, предлагают результаты, которые можно измерить, например количество уникальных кликов на веб-странице и пр.

Информационно-коммуникационные технологии предлагают большое разнообразие возможностей получения данных и измерения тех или иных каналов коммуникации. В качестве примера приведем несколько наиболее часто используемых метрик:

- Переходы пользователей на сайт (трафик);
- Переход по ссылкам (количество кликов), измерение лидов;
- Постклик-анализ — это исследование поведения пользователя на сайте, в приложении и пр. С помощью данной метрики можно измерить объем аудитории онлайнового представительства, посещаемость страниц, глубина просмотра, время, потраченное на каждую страницу и многое другое;
- Коэффициент конверсии клиентов;
- Возврат инвестиций (ROI) и пр.

Важно отслеживать эффективность, насколько это возможно, в режиме реального времени, следить за тем, какие каналы дают результаты как в области окупаемости инвестиций, так и в плане взаимодействия, и корректировать их по мере изменения возможностей канала. Это единственный способ эффективно управлять несколькими маркетинговыми каналами.

7. Внесение корректировок. Поскольку среда, в которой функционируют и конкурируют туристские дестинации, весьма динамична, цели программы продвижения, а также механизмы их достижения могут меняться, причем достаточно часто. Например, возникает необходимость в улучшении средств удержания клиентов, повышении вовлеченности и более высокой конверсии и пр. Это влечет за собой

необходимость внесения определенных корректировок в план продвижения.

В числе вопросов, возникающих в процессе реализации плана продвижения туристской дестинации, могут быть следующие:

- насколько эффективно то или иное рекламное сообщение и распространяющие его каналы коммуникации;
- существует ли необходимость выделять больше бюджетных средств для продвижения кампании в краткосрочной, среднесрочной или долгосрочной перспективе для достижения соответствующих целей;
- как меняются рыночные тенденции в отношении использования социальных сетей, предпочтений устройств, подписчиков и пр.;
- существуют ли какие-либо уникальные факторы, которые требуют перехода в новый канал в течение следующих месяцев или лет для сохранения доли рынка.

Перечисленные выше и многие другие вопросы базируются на оценке результатов плана продвижения дестинации, существующего медиаплана, тенденций покупательского поведения и ряда других причин. Внесение корректировок в существующий план продвижения проходит на протяжении всего срока реализации, что позволяет добиться большей эффективности в достижении поставленных целей.

Выход. Продвижение туристских дестинаций и регионального туристского продукта — тема изучения, которая востребована не только у теоретиков, но и у практиков туризма. В настоящее время существуют разные подходы к формированию программы продвижения. Однако многие из них носят общий характер и не отражают сути и особенностей туристской дестинации. Целью данной статьи стало формирование авторского плана продвижения туристской дестинации. За основу предложенной авторами программы были взяты три концепции формирования алгоритма действий по продвижению: план маркетинга и продвижения, предложенный Всемирной туристской организацией, универсальная программа продвижения, сформулированная признанным классиком маркетинга Филиппом Котлером и Тезисный план, представленный в виде наводящих вопросов, предложенный «Международным бюро труда» в рамках проекта «Инструментарий по сокращению бедности с помощью туризма». Данный план так же учитывает особенности туристской дестинации как объекта продвижения.

Предлагаемый нами план продвижения туристской дестинации включает следующие шаги: анализ текущей маркетинговой стратегии; изучение целевой аудитории, их потребностей и уникальное торговое предложение;

формулирование целей программы продвижения; формирование бюджета; проектирование медиаплана; измерение эффективности; внесение корректировок.

Составленный авторами план может быть использован как в обучении, так и в непосредственной реализации программ продвижения туристских территорий. Последующая апробация будет происходить на примере Республики Мордовия как туристской дестинации.

Библиографический список

1. Визгалов Д.В. Маркетинг города: практики в поисках теории / Д.В. Визгалов // Маркетинг в России и за рубежом, 2008. С. 78–85.
2. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий: учеб. пособие для академического бакалавриата / Е.А. Джанджугазова // 3-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2017 — С. 223.
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. — Минск: Новое Знание, 2005. С. 496.
4. Кедрова Е.В., Кицис В.М. Особенности туристской дестинации как объекта продвижения / Е.В. Кедрова // Научный вестник МГИИТ №1 (57) 2019. С. 41–49.
5. Котлер Ф. и др. Основы маркетинга: Пер. с англ. — 2-е европ. изд. — М.; СПб.; Киев.: Издательский дом «Вильямс», 2007. С. 944.
6. Мещеряков Т.В., Никифорова Г.С. Сущность бренда территории // Логистические инновации в коммерции и маркетинге. Сб. докладов в 2х частях. Часть 1. Под ред. И.Д. Афанасенко. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. С. 129–133.
7. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий 2-е издание, дополненное. — СПб.: Питер, 2006. С. 416.
8. Сачук Т.В. Основы территориального маркетинга. Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2004. С. 201.
9. Anholt S. Branding places and nations. Brands and branding. New York: Bloomberg Press, 2004. Vol. 14. С. 213–26.
10. Ashworth G. Towards Effective Place Brand Management: Branding European Cities and Regions. New York: Edward Elgar Pub, 2010. С. 279.
11. Buhalis, D. Marketing the Competitive Destination of the Future. // Tourism Management, 2000, Vol. 21. С. 97–116.
12. Dinnie K. Nation Branding: Concepts, Issues, Practice. Oxford: Butterworth-Heinemann is an imprint of Elsevier, 2008. С. 289.
13. Kotler Ph., Haider D., Rein I. Marketing Places: Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations. New York: The Free Press, 1993. С. 390.
14. Moilanen T., Rainisto S. How to Brand Nations, Cities and Destinations. A Planning Book for Place Branding. Palgrave: Macmillan, 2009. С. 202.
15. Pike S. Tourism destination branding complexity. «Journal of Product & Brand Management», 2005. Vol. 14(4). С. 258–259.
16. Toolkit on Poverty Reduction through Tourism – ILO. URL: https://www.ilo.org/sector/Resources/training-materials/WCMS_162289/lang--en/index.htm (дата обращения: 29.03.2019).
17. Tourism promotion from the perspective of a media channel // 7th UNWTO Asia Pacific Executive Training Program: Tourism Branding & Communications: материалы конференции, 2013. С. 30.
18. UNWTO: marketing and promotion plan. URL: <http://www2.unwto.org/technical-product/marketing-and-promotion-plan> (дата обращения: 29.03.2019).

Ю.Н. Голубчиков

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

УДК 908+910.2

ИСКУССТВО ЖИТЬ

Рассматриваются ландшафтотерапевтические методы оздоровления. Основоположником направления предлагается считать А.И. Войкова. Термин «терапевтический ландшафт» определяется как метафора процессов исцеления, идущих самих по себе в определенных местах (или ситуациях, условиях, обстановках, средах). Исцеление не синоним лечения, оно возможно и вопреки болезням. Целью ландшафтотерапии, как и науки о туризме в целом, предлагается считать повышение качества жизни путем виртуального ее продления в путешествиях. Делается вывод о необходимости содружества между медициной и географией на основе ландшафтотерапии. Предлагается соотнести краеведение с оздоровлением. В союзе с краеведением ландшафтотерапия становится важнейшим средством понимания связи между здоровьем и местом. Ландшафтотерапевтическая деятельность служит переориентированию географии и экологии от преобразования природы и ее охраны к преображению человека и его спасению.

Ключевые слова: краеведение; ландшафтотерапия; красота; туризм; оздоровление.

Golubchikov Iuriii Nikolaevich
Lomonosov Moscow State University

THE ART OF LIVING

It is discusses the landscape therapy methods of wellbeing. The founder of the direction is proposed to consider A.I. Voeikov. The term "therapeutic landscape" is defined as a metaphor for healing processes that go on their own in certain places (or situations, conditions, environments, environments). Healing is not a synonym for treatment; it is also possible despite illnesses. The aim of landscape therapy, as well as the science of tourism in general, is proposed to consider the improvement of the quality of life through the virtual extension of its due to travels. It is concluded that there is a need for a community between medicine and geography based on landscape therapy. It is proposed to correlate local lore with health improvement. In conjunction with local lore, landscape therapy is becoming the most important means of understanding the link between health and space. Landscape therapy serves nature conservation and stands guard over our health. Landscape therapy serves the reorientation of geography and ecology from the transformation of nature and its protection to the transfiguration of man and his salvation.

Keywords: local studies; landscape therapy; beauty; tourism; health.

Метафора часов и метафора лампы. Современная форма медицины родилась не от тех древних лечебных практик, где человек не отчленялся от природы, а один орган тела от другого. Нынешняя медицина зародилась в западноевропейском обществе XVIII-XIX веков. Это общество восторгалось механизмами. Его

отношение организму видный философ постмодерна Мишель Фуко передает «метафорой часов» [28]. Когда-то часы завелись, но наступит время — и они износятся, останавливаются. Подобным образом и жизнь организма подходит к концу, истекает как бы ее гарантийный срок. Чтобы продлить жизнь, необходим регулярный осмотр организма с целью своевременного внесения поправок в ход его частей.

Так медики уподобились механикам. Они стали размещать человека в клинике, напоминающие гаражи, и разбирать его там на части. Появились эндокринологи, гистологи, биохимики, неврологи, проктологи, урологи.

© Голубчиков Ю.Н., 2019

Голубчиков Юрий Николаевич,
к. геогр. н., ведущий научный сотрудник
кафедры рекреационной географии и туризма, Московский
государственный университет имени М.В. Ломоносова,
golubchikov@list.ru

Насчитывается уже свыше 10 тысяч болезней. Их число ежегодно растет [20]. Чем больше болезней, тем больше специалистов по ним со своими медикаментами. У всех своя терминология, свой язык. И никакой общей теории, связующей предмет исследования с человеком, не прослеживается. Более того, современные медики в своей массе против такой теории. Говорят: «человека как такового лечил когда-то шаман с бубном, плясавший вокруг костра, но мы же с вами в XXI веке живем».

Картина очень напоминающая наблюдаемую в географии. В ней тоже «человека забыли!!!» — восклицал Н.Н. Баранский [3, с. 21]. Не нашлось в ней места для «географии человека». Во всей науке не нашлось. Нет в ней науки человечеведения.

С этой медициной связывают огромные достижения. Самым важным из них считают кардинальное снижение смертности благодаря победам над инфекционными заболеваниями. Однако, исследователь западноевропейских исторических источников А.Б. Соколов проясняет, что гораздо большую роль в этих победах сыграло введение таможенных и коммунальных служб, воспрепятствовавших переносу инфекционных заболеваний и улучшивших гигиеническое состояние городов [25]. С организацией очистки воды в первой трети XX века связывается 50-процентное сокращение смертности в США [9]. В России, напротив, на фоне неуклонного развития медицины показатели смертности с 1964 года непрерывно растут.

До возникновения современной формы медикаментозной медицины суть человеческого организма передавала, по словам Фуко, «метафора лампы» [28]. Лампа горит, пока в ней есть масло. Жизнь продолжается, пока в организме не израсходована «врожденная энергия». Когда энергия полностью иссякает, наступает естественная смерть. Заболевший человек теряет энергию и естественную способность к самоисцелению. Больной говорит об упадке сил. Когда энергия полностью иссякает, наступает естественная смерть. Однако на расход энергии можно как-то повлиять, можно ее пополнить. «Чем выше доступные для использования резервы биоэнергетики, тем организм жизнеспособнее, ибо жизнь поддерживается тратой энергии» [7, с. 75].

Ландшафтотерапия. С глубокой древности для пополнения энергии человека использовали исцеляющую силу прогулок. Их предписывал еще великий Гиппократ. А его можно считать не только основоположником медицины, но и экологии. Называя науку о среде мезологии, Э. Реклю возводил ее начало к Гиппократу [23, с. 30]. В дальнейшем Л. Мечников за-

менил понятие «среда» устоявшимся термином «географическая среда».

С личностью человека географическая среда и природа соотносятся через окружающий пейзаж или ландшафт. География неизбежно охватывает всю географическую среду. Одни из самых интимных взаимодействий с ней ежедневно осуществляются через питание и оздоровление. Они тоже становятся предметом интереса географии человека и соединяют ее с экологией человека.

В Китае история ландшафтотерапевтических практик насчитывает свыше 1000 лет [36]. В отечественной литературе термин «ландшафтотерапия» первым, по-видимому, употребляет Д.Л. Арманд [1, с. 7], хотя основоположником направления следует считать А.И. Войкова [10]. В англоязычной литературе в 1990-х годах появляется термин «терапевтический ландшафт» [32]. Он определяется как метафора процессов исцеления, идущих самих по себе в определенных местах (или ситуациях, условиях, обстановках, средах) [38, с. 743].

Исцеление не синоним лечения. Оно понимается как повышение качества жизни даже если идет наперекор всем болезням и недугам. Высказываются идеи о связи терапевтического ландшафта с салютогенезом — источником тех жизненных сил человека, что поддерживают его здоровье, позволяют выздоравливать и выживать. Слово «салютогенез» имеет две составляющие: латинскую — «salutis» (здоровье), и греческую — «genesis» (происхождение). Главная задача салютогенеза, таким образом, в поиске источников оздоравливающих (салютогенных) сил, в происхождении здоровья, тогда как главный поиск медицины заключен в происхождении болезней (патогенез), их лечении и профилактике [39]. Салютогенные силы созвучны концепту «мудрости природы». «Эта мудрость является следствием свойств самой природы и заключенных в ней ценностей» [6, с. 85].

Являясь частью медицины, ландшафтотерапия, тем не менее, входит в систему гуманитарно-географических наук [12]. Целью ландшафтотерапии, как и науки о туризме в целом, можно считать повышение качества жизни путем виртуального ее продления в путешествии. Каждый знает, как переполнен событиями и впечатлениями первый день в новом незнакомом месте. И как быстро мчится время в рутинном будничном ритме. При переезде в другое место мы как бы «растягиваем» свое индивидуальное (биологическое) время, виртуально продлеваем его.

Если медицинский туризм (medical tourism) связан с поездками в целях посещения медицинского учреждения, лечебно-оздоровитель-

ный туризм (health tourism, wellness tourism) ориентирован на лечение тем или иным видом природного ресурса (бальнеологического, грязевого, климатического) [31], то ландшафтотерапия основана на целительной силе всего ландшафтного комплекса, всех компонентов ландшафта. Ландшафтотерапия не обязательно связана с перемещением за пределы постоянного места проживания, как туризм. Целительной силой ландшафтотерапии можно пользоваться чуть ли не все время и почти повсеместно. Она одинаково возможна и на месте стационарного пребывания, и в среде путешествия. В этом смысле ландшафтотерапия связана с краеведением.

«Бросайте все и езжайте в природу», — говорили когда-то врачи человеку, потерявшему душевное или физическое равновесие. Организм есть часть природы и возвращается в нее полностью после смерти. Поэтому и исцелять себя нам наиболее уместно единением с природой. Ныне подзабыто, что само слово курорт (от нем. *kur* — лечение, *ort* — место) означает «лечение местом», или точнее, «лечение ландшафтом».

Но человек больше, чем природа. Он еще дух и душа. Но и природа тоже нечто большее, чем физика, химия, биология. Она еще поэзия, красота и искусство: «В ней есть душа, в ней есть свобода, / В ней есть любовь, в ней есть язык» (Фёдор Тютчев).

Лечение красотой. А.И. Зырянов и И.С. Зырянова рассматривают проектирование туристского маршрута как «творческое дело, где наука, практика, опыт и искусство играют свою роль» [18]. Не меньше оснований считать синтезом науки, практики, опыта и искусства ландшафтотерапию. Она интегрирует возможности укрепления здоровья с умением увидеть красоту, воспитывает эстетически и этически.

Следование природе и есть здоровье, а законы природы — это законы красоты. Отсюда вытекает, что целебны все места, воспринимаемые как наиболее красивые. Само же восприятие трактуется как целостное отражение предметов, ситуаций, явлений, возникающих при непосредственном воздействии физических раздражителей на рецепторные поверхности органов чувств [4]. В этом плане ландшафтотерапия привносит в географию не только цвета, но и звуки и запахи ландшафта [38; 35; 34]. Каждый ландшафт снабжает нас величайшим разнообразием паттернов (знаков, узоров, стилей) природы. Их созерцание успокаивает, наводит на размышления, ведет к медитации, исцеляет [35]. Все это ныне включается в исследовательское поле когнитивной географии, где важно выделение районов восприятия и образов. [4; 7].

Если в природопользовании в центре внимания находится воздействие человека на географическую среду, то в фокусе гуманитарной географии (географии человека / антропогеографии) лежит воздействие географической среды на человека. В туристической же географии, частью которой является ландшафтотерапия, центр смещен на восприятие человеком географической среды. Как отмечает владивостокский географ В.Н. Бочарников: «Современная необходимость осуществления междисциплинарного подхода к восприятию человеком предметов и явлений географической среды объясняется осознанием того, что изучаемые проблемы далеко выходят за рамки строго очерченных предметов отдельных академических дисциплин (биологии, географии, психологии, когнитивной и региональной наук), более того, они включают в себя философию и искусство» [5, с. 18]. Тем самым туристическая география и ландшафтотерапия возвращают в науку человека с его опытом и эмоциональной наполненностью. «И, справедливо критикуя сциентистский подход за объективизм и позитивизм, мы сможем показать возможность изучения внутреннего мира человека, ввести в географический дискурс категории понимания, вживания, сопререживания, слитности «субъекта» (индивида) и «объекта» (окружающего мира)» [5, с. 22].

Чаще всего красивыми признаются контрастные среды, где проходят наивысшие перепады градиентов. Ландшафтная контрастность — фактор, повышающий туристскую привлекательность территории, поэтому туристские районы особенно активно формируются в местах, где природное разнообразие повышенное [16]. Среди наиболее контрастных видов выделяются высокие обрывы, высокие обзорные точки, скалы. Пещеры, валуны, водопады, отдельно стоящие рощи и деревья, сочетания открытых и закрытых пейзажей, переходные зоны экотонизации (саванны, лесостепи, лесотундры).

Наиболее величественные контрасты приурочены обычно к местам былых сокрушительных катастроф. «Лучшие красоты природы создались на месте бывших потрясений земли. Вы знаете восторг перед скалами, пропастями, живописными путями старой лавы. Изумляйтесь кристаллам и морщинам каменных цветных наслоений. Бесконечную красоту дают конвульсии космоса» [24, с. 55]. Особой аттрактивностью, а быть может и целительностью, обладает пространство, отраженное в художественных произведениях [27].

С глубокой древности люди замечали, что в одних местах дышится легко, а в других затрудненно, воздуха не хватает. Чтобы активизировать деятельность кислорода в нашем

организме, надо учиться не столько правильно дышать, чему посвящены сотни руководств, сколько, где надо дышать.

В работах А.Л. Чижевского было показано, что не каждый кислород благотворен. В городском воздухе может содержаться достаточный объем кислорода, но среди такого кислорода отсутствуют отрицательно заряженные ионы кислорода. Очень насыщен ими воздух после грозы, когда он напоен тысячами ароматов цветов, листьев, травы. Наиболее отрицательно ионизирован кислород при механическом дроблении воды в свободной атмосфере — например, во время морского прибоя или сильного дождя, у высоких водопадов и быстрых горных речек. Другим важным источником отрицательных ионов кислорода служат растения, особенно хвойные [29].

Живший в XVI веке швейцарский врач Филипп фон Гогенгейм Парацельс утверждал, что растения очищают атмосферу, принимая в себя окись углерода, выдыхаемую животными и людьми. Таким же образом перенимают растения болезни от людей и животных. Этот процесс еще не изучен, но начал подтверждаться с открытием выделяемых листвой и хвоей летучих соединений — терпенов. Они положительно влияют на образование в крови большего количества так называемых клеток-киллеров, ответственных за уничтожение угрожающих здоровью вирусов, бактерий и даже раковых клеток. Стоит прогуляться по лесу — и число таких клеток-киллеров в организме подскакивает примерно на 50% [30].

«По красоте и торжественности ни один лес не может сравниться с сосновым. Издавна в народе его любовно называют “красным бором”» [21, с. 152]. И в то же время в молодом сосновом лесу наблюдается практически стерильный воздух потому, что сосна отличается значительным количеством фитонцидов (в переводе «убивающий растущее»). Однако к фитонцидам следует относиться с осторожностью, поскольку, благотворно действуя на одни виды заболеваний, они неблагоприятны для других [22].

Возможно, каждому нужна своя ландшафтотерапия. Критерием выбора «своего» типа ландшафта на первых порах может быть то, что нравится, к чему генетически адаптирован, где возникает ощущение отдохновения. Доверяя своим ощущениям, опыту и интуиции, каждый может установить для себя целительную силу тех или иных ландшафтов, а не быть ремонтируемой кем-то машиной. «Собственные наблюдения человека за тем, что ему хорошо, а что вредно, есть самая лучшая медицина для сохранения здоровья, — писал Френсис Бэкон [8, с. 422].

Некоторые общие рекомендации все же возможны. Одним из наиболее опасных видов загрязнений является воздух, выдыхаемый людьми. Он содержит мельчайшие частицы их организмов. А люди вокруг нас бывают больны и не обязательно инфекционно. Поэтому высокая плотность и скученность населения — главный фактор любых заражений.

Создается странная ситуация. Пребывая год в переполненном офисе или мегаполисе, человек устремляется отдохнуть на не менее переполненное курортное побережье или в столь же многолюдные туристические центры. Переезжая за тысячи километров, он вынужден привыкать к новой природной обстановке, а по возвращении к обычному месту жительства, адаптироваться снова. Поправлять здоровье следовало бы ему как раз в малолюдной или даже безлюдной экологически чистой среде в привычно ландшафтно-климатической зоне, возможно, в привычной ландшафтно-терапевтической зоне.

Геоцелительные и геопатогенные зоны. Издревле было замечено, что в определенных местах человек чувствует прилив сил и бодрости, позитивный настрой и внутренний подъем. Чаще всего это очень красивые места, где сооружались культовые постройки, куда наивались паломники, где находились священные источники и колодцы [14]. В старину о таких местах говорили, что там нисходит благодать. Вера и надежда на исцеление в таких местах возрастает вместе с рассказами посетителей об удачных случаях излечения.

А из других мест невольно хочется уйти, до того там неуютно, иногда страшно. Их пейзаж не ложится на душу, действует отрицательно. Такие места нередко связывают с геопатогенными зонами.

Можно предположить, что в будущем карты геопатогенных и геоцелительных зон станут неотъемлемым атрибутом экологической экспертизы, но пока вызывают определенное отторжение. Полвека назад такое же неприятие вызывали экологические карты вредных производств, без которых сегодня немыслимо обойтись.

Ландшафтно-терапевтические сети. В союзе с краеведением ландшафтотерапия становится важнейшим средством понимания связи между здоровьем и местом. Сеть терапевтических ландшафтов можно смело ставить в основу создания рекреационного девелопмента, т.е. развития территории посредством проектирования и создания объектов туризма и рекреации [19]. Речь, таким образом, идет о конструировании ландшафтно-терапевтических каркасов с соответствующей терапевтической средой.

Впервые в планетарном масштабе такого рода каркасно-сетевую модель пытались сконструировать в СССР в рамках забытой, но до сих пор не имеющей аналогов в мировой практике, агрозоологической программы известной как «Сталинский план преобразования природы». Замысел плана состоял в разработке для каждого района, а в идеале — для каждого хозяйства — оптимального соотношения между площадями, занятymi пашней, лесополосами, лугами, паром и прудами. Концепция плана не только предвзяла, но и превосходила современные построения по устойчивому экологическому развитию на основе каркасно-сетевых моделей организации территории [13].

Ландшафтотерапевтическое значение

России. Оздоровительное значение России во многом связано с ее незаселенностью. В наиболее густонаселенных районах мира, занимающих примерно 7 % земной суши, сконцентрировано свыше 70 % человечества [6]. Этим разбросанным приморским перенаселенным пространствам как бы противостоит целостная континентальная глыба Российского Севера, также занимающая 7 % земной суши. Но проживает на ней меньше 0,1 % населения земного шара. Это самое крупное и последнее необжитое пространство планеты из вполне пригодных для проживания.

Судя по всему, воздух России особенно богат отрицательными ионами кислорода. Стране принадлежит половина хвойных лесов планеты. Существенно обогащает воздух отрицательными ионами кислорода самая протяженная береговая линия России с очень сильными прибоями и приливами на изрезанных побережьях. Половину площади страны занимают горы, с их чистейшими пузырящимися от избытка кислорода водотоками. Нигде в мире, например, нет столь обильного количества водопадов на единицу площади, как на плато Путорана. Наконец, в стране немало дней с грозами.

После кислорода, самым важным веществом для человека является вода. Страна владеет 20% мировых запасов пресных вод [14]. Наиболее целебны талые снеговые и ледниковые воды. При этом ни одна территория не сопоставима с Россией по объемам и продолжительности воздействия талых снеговых и ледниковых вод [3].

На третьем месте по важности для человека стоит питание. И опять-таки, по всей видимости, российские земли производят, возможно, наиболее чистые объемы продовольственной продукции в мире.

В ландшафтотерапевтическом отношении пространства России играют в мире особую роль еще и потому, что географически близки ко всем мощнейшим и наиболее густонаселенным государствам Западной Европы, Азии и Америки. А

в них постоянно растет спрос на путешествия, отдых и лечение в незагрязненной среде. Все большую популярность получают ландшафтный туризм, натурапатия, холистическое целительство. Людей все больше привлекают места, где природа сохранилась почти в первозданном состоянии. Практически все приарктические территории России являются уникальным психологическим санаторием и наилучшим убежищем от технологической цивилизации. Одна полоса гор Южной Сибири от Алтая до Приморья может стать не только главным туристско-рекреационным и ландшафтно-терапевтическим поясом России, но и иметь планетарное туристское значение. Еще один из самых удобных туристских поясов мира в будущем образует Урал [19].

Как шерпы, балкарцы или тирольцы непривыклены в покорении гор, так и характер русского человека формировался в покорении самых обширных в мире равнин, непрерывной многокилометровой пешей ходьбе, в дальних походах и скитаниях, в паломничестве. Те сухопутные дали, что преодолевал русский человек, неподвластны оказались ни одному народу мира. Из-за этого желания уйти за горизонт, уплыть за поворот и сформировалась самая грандиозная страна на планете. Сейчас от нее осталась лишь половина.

А.И. Зырянов замечает, что угасает и пешеходный туризм. Длительные и сложные пешеходные маршруты сменяются короткими выходами вблизи автодорог или путешествиями выходного дня. Туристские тропы превращаются в короткие тропинки к экскурсионным объектам. Лыжные походы замещаются отдыхом в горнолыжных центрах. Снижается интерес к многодневным сплавам. Исчезает романтика дальних дорог. Возрастает потребность в бытовом комфорте [19]. Но пешеходная ландшафтотерапия генетически насыщна для русского человека.

Краеведение. Интернет, краеведение и массовый туризм вовлекают в процессы географического познания самые широкие слои населения. «В этом отношении туризм способствует развитию географических наук и системы географического образования, росту в обществе интереса к географическим сведениям» — пишет А.И. Зырянов [17, с. 10].

Однако, ныне краеведение активно уходит из географии в сферу исторической науки. Мы же полагаем, что оно должно составлять душу и сердце школьной географии. Самым наглядным образом соединяя физическую географию с экономической, а их вместе — с историей, краеведение образует ту высшую ступень интеграции, что заключает главную прелест географии. Чтобы сохранить краеведение в лоне географической науки важно соотнести его с ландшафтотерапией.

За счет чего взять время для ландшафтотерапии и туризма? За счет зачистки всех предметов от спама, как минимум, на треть. К примеру, в 5-ом классе изучается «История Древнего мира». Громоздкий по ней учебник насчитывает 304 стр. Учащийся человек изучает по нему, скажем, Древний Китай. А в 11-ом классе в курсе «Экономическая и социальная география мира», он опять изучает Китай. Было бы более правильным ограничиться преподаванием в 5-ом классе неких общих предметов, наподобие «Всеобщей истории» и «Всеобщей географии». А в последующих классах совместить курсы географии и истории в рамках «Краеведения» и «Страноведения».

Школьный курс истории прекрасно встраивается в краеведение и страноведение. Ныне он формируется по восходящей лестнице от истории древнего мира к истории средних веков и далее к истории нового и новейшего времени. Таковой рисовала историю советская школа эволюции общественно-экономических формаций. Сегодня же на первый план выходят различия страновые и континентальные.

Главной формой постижения истории в пространстве, а географии во времени должны стать экскурсия, поход и туризм в едином оздоровительно-образовательном процессе. Темы экскурсий и образовательного туризма хорошо увязываются с такими школьными предметами, как география, биология, история, литература, обществознание, мировая художественная культура, окружающий мир [11]. Едем, к примеру, на неделю на Белгородщину и изучаем одновременно КМА, известняк, чернозем, борьбу леса и степи, земледельца и кочевника, Курскую дугу, творчество Сковороды, полезащитное лесоразведение. А английский язык отправляемся учить в дальнее зарубежье (Финляндию, Турцию, Китай) и там тоже проходим историю с географией.

С Интернетом ученик все в большей степени учится сам, а задача учителя сводится к тому, чтобы «научить его жить». Еще Страбон полагал, что «полезность географии предполагает в географе также философа — человека, который посвятил себя изучению искусства жить, т. е. счастья» [25, с. 1 (7)]. «В этом смысле, позволим заметить, географическое знание социально более значимо, более pragmatically, а в отдельных случаях — даже судьбоносно в сравнении с любым другим, за исключением разве что умения читать, писать и считать» — замечал крымский географ Н.В. Багров [2, с. 13].

Туризм в таких условиях становится эффективным средством социализации учащихся, наполнения их именно теми знаниями, что пригодятся в жизни, даже не знаниями, а пониманиями. Это также наилучшая форма выяв-

ления наклонностей каждого к тому или иному роду деятельности или предмету. «То есть чтобы люди — вместе и каждый в отдельности — могли наилучшим образом делать то, ради чего родились на свет» [15, с. 182].

Не наполняйте учащегося человека знаниями всех тех богатств, что выработало человечество. Воспламеняйте его к развитию в предопределенном ему от рождения направлении.

Географ как врач. Возникает вопрос: насколько географ имеет право в определенной степени быть врачом и рекомендовать людям те или иные ландшафты для подъема жизненных сил? А почему бы и нет. О лечебных свойствах многих растений современные медики почти ничего не знают, но с ними знакома стариная народная медицина. Логично предположить, что подобного рода содружество возможно также между медициной и географией. Связует их прежде всего ландшафтотерапия.

Но то, что хорошо для здоровья человека, то хорошо и для природы. Она сама подсказывает нам пути к нашему же собственному здоровью и счастью. Поэтому ландшафтотерапевтическая деятельность служит сохранению природы в не меньшей степени, чем экологические акции в ее защиту. И наоборот, защитники природы стоят также на страже нашего здоровья.

На тему ландшафтотерапии известны немногие издания. Есть множество публикаций о лечебных свойствах леса, моря, климата, рек, но при огромном обилии книг о лечебных свойствах отдельных растений, нет книг о лечении фитоценозом.

Если бы ландшафтотерапии уделялась хотя бы незначительная часть того, что направлено на медикаментозные методы лечения, то, наверное, она стала эффективным средством оздоровления. Но разработка этого исконно присущего организму средства исцеления еще впереди.

Конечно, поприще ландшафтотерапии требует тонкого понимания. Зато и служит переориентированию географии и экологии от преобразования природы и ее охраны к преображению человека и его спасению.

Библиографический список

1. Арманд Д.Л. Нам и внукам / Д.Л. Арманд. М.: Мысль, 1966. 254 с.
2. Багров Н.В. География в информационном мире / Н.В. Багров. Симферополь, 2004. 213 с.
3. Баранский Н.Н. Страноведение и география физическая и экономическая/ Н.Н. Баранский. // Н.Н. Баранский Избранные труды. Научные принципы географии. — М.: Мысль, 1980. С. 18–51.
4. Бочарников В.Н. Человек в реальности проекций / В.Н. Бочарников. Владивостокский гос. мед. ун-т. Владивосток, 2011. 331 с.

5. Бочарников В.Н. Географическое познание и индивидуализм, восприятие и исследовательский образ — важные вопросы социально-экономической географии / В.Н. Бочарников // Географический вестник. 2013. 2(25). С. 14–24.
6. Бочарников В.Н. Новый взгляд на проблему сохранения дикой природы / В.Н. Бочарников // Астраханский вестник экологического образования. 2013, 1 (23). С. 72–87.
7. Бочарников В.Н. Междисциплинарный подход к проблеме «природа – общество – человек» / В.Н. Бочарников. Владивосток: МГУ им. адм. Г.И. Невельского, 2014. 232 с.
8. Бэкон Ф. Опыты / Ф. Бэкон // Сочинения в двух томах. Т. 2. — М.: Мысль (Философское наследие), 1978. 575 с.
9. Ваганов А.Г. Технологичная культура / А.Г. Ваганов. М.: Технетика, 2008. 198 с.
10. Войков А.И. Исследования климатов для целей климатического лечения и гигиены. Избранные статьи / А.И. Войков. СПб., 1957. Т. 4. С. 45–61.
11. Воронова Т.С. Методические особенности организации туристско-образовательных мероприятий с младшими школьниками / Т.С. Воронова // Вестник Московского городского педагогического университета. 2018. №3 (31). С. 93–99.
12. Голубчиков Ю.Н. Основы гуманитарной географии / Ю.Н. Голубчиков. М.: Инфра-М, 2010. 368 с. https://studref.com/364640/geografiya/osnovy_gumanitarnoy_geografi
13. Голубчиков Ю.Н. / Ю.Н. Голубчиков. Первые красно-зеленые. К 70-летию «Сталинского плана преобразования природы» // Советская Россия, 2018, 27 сентября <http://sovross.ru/articles/1750/41293>
14. Григорьев Ал. А. Природные святыни / Ал.А. Григорьев. СПб.: Образование, 1997. 124 с.
15. Зархина Е.С. Звезда в траве. Природа – люди – идеи / Е.С. Зархина. Хабаровское книжное издательство, 1990. 256 с.
16. Зырянов А.И. Ландшафтные рубежи контрастности и территориальные социально-экономические системы / А.И. Зырянов. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1995. 144 с.
17. Зырянов А.И. География и туризм: различие и общность интересов / А.И. Зырянов. // Современные проблемы сервиса и туризма, 2014, № 1. С. 10–15.
18. Зырянов А.И., Зырянова И.С. Самостоятельные путешествия: маршрутное планирование. [Текст] / А.И. Зырянов, И.С. Зырянова. Пермь, Пермский государственный университет, 2015. 154 с.
19. Зырянов А.А. География туризма: от теории к практике / А.И. Зырянов. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2018. 416 с.
20. Мясников А.Л. Как жить дольше 50 лет: честный разговор с врачом о лекарствах и медицине / А.Л. Мясников. М.: Эксмо, 2013. 192 с.
21. Низовцев В.А. Лесные богатства Подмосковья / В.А. Низовцев // Край наш Московский: история, природа, современность. Учебное пособие. М.: ЭкоПросп, 1997. С. 148–159.
22. Оборин М.С. Подходы к оценке аттрактивных свойств ландшафтных комплексов, используемых в туристско-рекреационных целях (на примере Пермского края) / М.С. Оборин // География и туризм. Сборник научных трудов. Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пермский государственный университет». Том. 8. С. 142–148.
23. Реклю Э. Человек и Земля. Т. 1. Первобытные люди. Древняя история / Э. Реклю. СПб.: Издание Брокгаузъ-Ефронъ, 1908. 1016 с.
24. Рерих Н. Цветы Мории. Пути Благословения. Сердце Азии / Н. Рерих. Рига: Виеда, 1992. 261 с.
25. Соколов А.Б. Введение в современную западную историографию / А.Б. Соколов. Ярославль, 2002. 132 с.
26. Страбон. География в 17 книгах. [Текст] / Страбон. Пер., ст. и comment. Г.А. Стратановского. Под общ. ред. С.Л. Утченко. Л.: Наука, 1964. 957 с. («Классики науки»).
27. Фирсова А.В. Литературное картирование пространства / А.В. Фирсова // Региональные исследования. 2012. Вып. 3 (37). С. 53–61.
28. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / М. Фуко М.: Ad Marginem, 1999. 480 с.
29. Чижевский А.Л. Аэроионификация в народном хозяйстве. [Текст] / А.Л. Чижевский М.: Госпланиздат, 1960. 758 с.
30. Arvay, C.G. The Healing Code of Nature: Discovering the New Science of Eco-Psychosomatics. / C.G. Arvay. Sounds True. 2018. 216 pp.
31. Connell, J. Contemporary medical tourism: Conceptualization, culture and 713 commodification / J. Connell // Tourism Management, 2013, 34 (February), 1–13.
32. Gesler, W. and Wilbert, M. Therapeutic Landscapes: Medical Issues in Light of the New Cultural Geography/ W. Gesler and M. Wilbert // Social Science & Medicine, 1992, 34, 735–746.
33. Gorman R. Smelling therapeutic landscapes: Embodied encounters within spaces of care farming / R. Gorman // Health and Place. Vol. 47. September 2017. Pp. 22–28. <http://hdl.handle.net/10871/30613>
34. Grindle B. and Patil G.G. Biophilia: Does Visual Contact with Nature Impact on Health and Well-Being? / B. Grindle and G.G. Patil // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2009 Sep; 6(9). Pp. 2332–2343.
35. Holmgren D. Permaculture. Principles and Pathways Beyond Sustainability. [Текст] / D. Holmgren. Hampshire: Permanent Publications, 2002. URL: <http://library.uniteddiversity.coop/Permaculture/Permaculture-Principles-and-Pathways-Beyond-Sustainability.pdf>.
36. Jiang, S. Therapeutic landscapes and healing gardens: A review of Chinese literature in relation to the studies in western countries / S. Jiang // Frontiers of Architectural Research. 2014, 3, 141–153.
37. Kapelanski, M. Acoustic Ecology and the Sound-scape Bibliography, 2003 [Online] Available: URL: <https://www.leonardo.info/isast/spec.projects/acousticecologybib.html> (15 March 2019).
38. Milligan C., and Wiles J. Landscapes of Care / C. Milligan, and J. Wiles // Progress in Human Geography, 2010, V. 34 (6). P. 736–754.
39. Völker, S and, Thomas, K. The impact of blue space on human health and well-being — Salutogenetic health effects of inland surface waters: A review/ S. Völker and K. Thomas // International Journal of Hygiene and Environmental Health. 2011, 214. 449–460.

И.С. Зырянова

Пермский государственный национальный исследовательский университет,

Г.А. Зырянов

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

УДК 911.3

АСПЕКТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГЕОГРАФИИ РЕЛИГИЙ И ТУРИЗМА

В статье рассматривается феномен и понятие религиозного туризма как коммуникативного средства между представителями различных культур. Авторами предлагается возможность изучения религиозного туризма с точки зрения географии религий. В настоящее время география религий часто носит теоретический характер, необходимо использовать ее аналитические подходы в практической деятельности, в частности в туризме. Рассматривается категория «святого места» как потенциальной туристской аттрактивной территории. Наиболее яркие и посещаемые святые места находятся на территории с высоким природным разнообразием.

Ключевые слова: география религии, сакральная география, религиозный туризм.

Zyrianova Inna Stanislavovna

Perm State University

Zyrianov Grigorii Aleksandrovich

Moscow State University

ASPECTS OF INTERACTION OF GEOGRAPHY OF RELIGIONS AND TOURISM

The object of the article describes the phenomenon and the concept of religious tourism as a communication tool between people of different cultures. The authors offer the possibility of studying religious tourism from the point of view of the geography of religions. At present, the geography of religions is a theory; it is necessary to use its analytical approaches in practical activities, in particular in tourism. This article considers the category of "holy place" as a potential tourist attractive territory. The excellent and most visited holy places are located in areas with high natural diversity.

Keywords: geography of religions, religious tourism.

Изучение географии религий в практической деятельности может эффективно взаимодействовать с религиозным туризмом, объясняя некоторые аспекты его территориального распространения и возможного развития.

Религиозный туризм — информационный канал между народами, повышающий толерантность. Современное общество необратимо и порой непредсказуемо меняется.

© Зырянова И.С., Зырянов Г.А., 2019

Зырянова Инна Станиславовна,

старший преподаватель кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет, innaziryanova@mail.ru

Зырянов Григорий Александрович,

студент 2-го курса географического факультета, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, ziryakov1995@gmail.com

Благодаря глобализационным процессам усиливается не только товарное и финансовое, но и информационное взаимодействие между обществами. Чем дольше происходит подобное взаимодействие, тем масштабнее соприкасаются различные культуры, тем больше возникает социальных связей и возрастает интерес друг к другу. Религиозный туризм выступает в качестве информационного канала между народами, позволяя в позитивном и познавательном ключе воспринимать сведения о разных религиях.

Несколько десятков лет назад считалось, что процесс секуляризации необратим, и уже спустя полвека религия отомрёт как институт, оставшись важной частью общества лишь в маргинальных и отставших в социально-

экономическом развитии обществах [3]. Однако уже в последнем десятилетии XX века стало понятно, что с дальнейшим развитием общества религиозные институты вовсе не уходят на второй план, напротив, религия возвращает себе утерянное ранее значение, пусть и в несколько трансформированном состоянии. В этих условиях развитие туризма оказывает положительное влияние на понимание менталитета людей, исповедующих разную религию, повышает их толерантность.

Представители религий видят положительный результат от организации паломничества и в особенности просветительской деятельности среди молодежи посредством экскурсий. С возвратом популярности формы ведения уроков в виде выездных занятий, классы посещают культовые объекты вне зависимости от религиозной принадлежности и знакомятся с конфессиями. В населенных пунктах России становятся популярны экскурсии по всем храмам города, в основном ориентированная на расширение кругозора у детей и молодежи.

Пространственный подход к изучению изменений в религиозной структуре населения позволяет улавливать запросы туристов и организовывать туристскую деятельность. На территориях, где проходила смена религий в истории, таких как Республика Татарстан, вырастают центры туризма, ориентирующиеся на создание комплексного турпродукта, предлагающего единовременное знакомство с несколькими религиями. Так, экскурсионные программы Республики объединяют ислам Волжской Булгарии и христианство Свияжска, завершая показ Казани в современном Храме всех религий. География религии выявляет появление крупных религиозных центров, изменения в религиозной структуре населения, опосредовано содействуя практической реализации туристской деятельности. Так, возведение впечатляющих мечетей Сердце Чечни и Сердце Матери в Республике Чечня привело к увеличению числа экскурсионных маршрутов из всех соседних регионов России.

Высокая региональная поляризация социально-экономического развития России приводит к миграции коренного населения Республики Северного Кавказа в самые развитые в экономическом отношении территории России — Москву и Санкт-Петербург. Массовый отток населения наблюдается из Республики Дагестан, Карачаево-Черкесии, Кабардино-Балкарии, Северной Осетии и составляет 312,2 тыс. человек за период с 2011–2015 гг. [4]. Переезд людей сопровождается строительством религиозных объектов на новой территории проживания, но они в полной мере не заменяют святые места малой родины, поэтому гостевой и рели-

гиозный туризм событийной направленности (посещение религиозных праздников) будет постоянно развиваться.

В стране сформировались вековые православные центры паломничества и религиозного туризма. Крупные религиозные центры располагаются в городах, а в поселках, селах, деревнях, как правило, церкви, часовни и общинны. Это связано с тем, что город — своего рода узел опорного каркаса, центр экономической, политической и культурной жизни страны (региона). Поэтому часто разнообразная обрядовая составляющая, например проведение крестных ходов, часто связана с городом (в котором может находиться кафедральный собор) и близлежащими населенными пунктами. [1]. Одним из самых известных возрожденных ходов является Великорецкий крестный ход; около тридцати тысяч паломников с помощью Николая Чудотворца идут пешком 150 километров от Кирова до села Великорецкого и обратно. Крестный ход с чудотворной иконой Божией Матери «Знамение» проходит уже 400 лет на Курской земле между Коренной — Курском, церковное шествие «Тропою преподобного Сергия» шествует из Москвы в Сергиев Посад, собирая тысячи крестоходцев, они становятся важным событием в регионах в летний период.

Религиозный туризм повышает религиозную грамотность. По словам О.Б. Молодова, принадлежность господствующей конфессии часто обозначается в силу сложившихся национальных традиций (русский — значит православный, испанец — католик, татарин — мусульманин и т.п.). В результате, подавляющее большинство верующих только формально входят в церковь, что ослабляет ее влияние на общество. Конфессиональные общеевропейские процессы приводят к укрепление позиций нетрадиционных для региона конфессий и рост новых религиозных движений [2]. Поэтому, программы религиозного туризма для формально верующих способствует росту их религиозной грамотности и укреплению веры. Приверженцы традиционных верований чаще выбирают религиозный туризм в виде экскурсий или паломничество. И именно на них направлены предложения туристского продукта в данном направлении. Последователи нетрадиционных конфессий в регионах стремятся к природному туризму, например, в поисках мест силы, соответственно на российском туристском рынке возрастает предложение по организации подобных мероприятий.

Святое место — объект изучения сакральной географии и потенциально туристское аттрактивное место. Понятие святого места часто используется в работах

современной географии религий. Согласно Х.Хоффману, святое место — это некое пространство, имеющее сакральные черты, связанное с некой сверхъестественной силой [6]. При этом святое место — понятие часто не только пространственное, но и временное, место может приобретать сакральные свойства только на определённый временной промежуток. Скажем, гора Броккен в Германии приобретает свои сверхъестественные черты только раз в году: в ночь с 30 апреля на 1 мая, когда, по народным поверьям, на этой горе собираются ведьмы на шабаш.

Святое место может быть как естественным (к примеру, священные рощи или деревья у народов Поволжья — мордвы, чувашей, марийцев, выходы естественного газа на территории Азербайджана, вокруг которого был построен храмовый комплекс Атешгях), так и специально созданным человеком, искусственным (церкви, святилища). Пространство, занимаемое святым местом, может значительно разниться по площади: от маленького «красного угла» в крестьянской избе до города (Мекка и Медина в исламе) и даже страны (Израиль в иудаизме и христианстве). Различаться может и сакральная сила святого места, то, как сильно оно влияет на взаимодействующих с ним людей, насколько большое пространство охватывает оно. Так, в «красном углу» в избе молятся в основном только проживающие в ней, в сельскую церковь ходят жители села и близлежащих деревень, а в знаменитую Киево-Печерскую Лавру ездят в паломничество православные со всего мира. Таким образом, можно сказать, что святое место — это пространство, выделяющееся в восприятии группы людей особыми сверхъестественными чертами. Подобная характеристика позволяет отнести святое место к категории потенциальных туристских аттрактивных территорий.

Святое место может обладать туристской аттрактивностью по различным причинам. Во-первых, конечно, наибольшую привлекательность святое место будет иметь для людей, исповедующих религию, к которой данное святое место приурочено. При этом стоит заметить, что нередко святое место связано не с одной религией, а с несколькими (Иерусалим). Во-вторых, часто святое место располагается на некоторой уникальной, выделяющейся визуально территории, при этом оно обладает особыми эстетическими характеристиками. В-третьих, святое место может обладать важной культурной и познавательной ценностью, являясь частью (а часто и центром) крупного туристского комплекса (как Ватикан является неотъемлемой частью туристского комплекса Рима).

Рассмотрим нахождение святых мест на территории Европейской России с данных позиций. Территория, притягивающая паломников и туристов, исповедующих традиционную веру для региона, привлекательна разными мотивами. Не застает дорога за советами к старцам в Оптину Пустынь в Калужской области, за подмогой с детьми к Матроне Московской, за сохранение семьи к Петру и Февронии Муромским, за преодолением вредных привычек к иконе Божией Матери «Неупиваемая чаша» в Серпухове. Защиту и помощь у Серафима Саровского паломники и туристы находят в Серафимо-Дивеевском монастыре Нижегородской области. Светлый, радостный под покровительством Богородицы монастырь встречает посетителей, стремящихся поклониться мощам святого, излечится землём из Святой Канавки, по которой каждый день проходит Божья Матерь и набрать воды из святого источника. Крещение Владимира в Херсонесе сделало этот город древних греков центром религиозного туризма в Крыму, а найденные факты о пребывании в пещерных монастырях на полуострове Андрея Первозванного открывают новые возможности для развития этого вида туризма.

Места, выбранные для возведения монастыря, храма или иного религиозного объекта отличаются особой природной привлекательностью и часто размещены на ландшафтных рубежах контрастности. На важном водном пути из Балтики на Волгу на небольших холмах основываются два монастыря: Ферапонтов монастырь, покоряющий легкостью, изяществом и Кирилло-Белозерский монастырь, завораживающий своим значительным отражением на озерной глади. Преображенская церковь в Кижах — деревянное сокровище России и памятник Всемирного наследия ЮНЕСКО, многие годы является одним из самых узнаваемых символов страны. Мечтой многих туристов и паломников стали островные монастыри — Валаамский и Соловецкий. Именно здесь можно прочувствовать гармоничное сочетание суровой природы с духовной чистотой места, ежедневными трудами монахов и выдающимися страницами истории. Излюбленными турами при посещении северных монастырей являются круизы, предоставляющие возможность неспешного созерцания окружающей природы, обдумывания собственных замыслов в комфортных условиях. В Пермском крае основной объект религиозного туризма — Белогорский монастырь находится на доминирующей вершине в районе, а окрестности прекрасны своими разнообразными ландшафтами [5]. Место паломничества Свято-Казанская Трифонова женская пустынь открывает для посетителей

не только Трифона Вятского, но и находится на контрастной линии ландшафтов реки Чусовой.

Особо почитаемые православные святыни на территории Европейской России связаны с местами служения или мученичества подвижников Русской церкви, со становлением Российской государственности, с чудотворными иконами и явлениями святых образов. Величайший подвижник Русской земли, основатель монастырей, вдохновитель своих учеников на обустройство десятков монашеских обителей во многих регионах России преподобный Сергий Радонежский заложил важнейшие центры православия. Троице-Сергиева Лавра в Сергиевом Посаде на холме Маковец, являющийся крупнейшим мужским монастырем России, важным историческим, духовным и культурным центром, ежегодно посещается 1,5 млн. паломников и туристов из разных стран. Сергиев Посад несколько столетий является не только уважаемым паломническим центром, но и посредством экскурсионной деятельности представляет крупный историко-культурный комплекс.

Религиозные и сакральные объекты территории всегда были местами паломничества, посещения, экскурсионного интереса людей. Они значительно увеличивают туристский потенциал территории, способствуют развитию отрасли и духовному воспитанию общества. Религиозный туризм — активно развивающееся направление в современной туристской деятельности, пока мало освещённое в научной литературе, несмотря на свою значимость как

канала межкультурной коммуникации и повышения религиозной и исторической грамотности. Мы считаем, что, с одной стороны, феномен религиозного туризма может рассматриваться с точки зрения географии религий как фактор, иллюстрирующий современное состояние конфессионального геопространства, с другой стороны, ряд понятий из географии религий могут быть использованы для развития религиозного туризма.

Библиографический список

1. Булаев В.М., Горина К.В. Конфессиональное пространство как предмет социальной географии // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Естественные и медицинские науки. 2011. № 1. С. 147–156
2. Молодов О.В. Особенности конфессиональной географии областей Европейского Севера России // Социогуманитарный вестник. 2013. № 2 (11). С. 38–42
3. Лучков П.И. Современная география религий / Академия наук СССР. М. : Наука, 1975. 182 с.
4. Соловьев И.А. Региональные особенности миграционных процессов на Северном Кавказе // Географический вестник. 2018. № 1 (44). С. 49–55
5. Фирсова А.В. Белая гора — сакральный ландшафт Пермского края // Река и гора: локальные дискурсы. Пермь, 2009. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_19430820_37330911.pdf (дата обращения 03.03.2019)
6. Хофманн Х. Святое место как предмет изучения географии религии // Українське релігієзнавство. Відділення релігієзнавства Інституту філософії ім. ГС Сковороди НАН України. 2006. — С. 99–104.

О.В. Мелехина, А.В. Фирсова

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 910

ОСОБЕННОСТИ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЭТНОТУРИЗМА

Этнотуризм является одним из возможных стратегических направлений сохранения экономики традиционного хозяйства и культурного наследия. В статье рассмотрены предпосылки развития этнотуризма в Российской Федерации. Авторы отмечают, что на территориальную организацию этнотуризма оказывают влияние разные факторы: историко-культурные (регион как очаг становления этноса), производственные (наличие центров производства и сохранения ремесел), инфраструктурные (удобные подъездные пути, парковочные площадки, навигация, центры продажи сувениров и кафе национальной кухни), наличие иных туристских доминант (природных заповедников, краеведческих музеев). Изучение данных факторов в комплексе позволит определить пути развития этнотуризма на территории России, увеличить объемы внутренних туристских потоков.

Ключевые слова: этнографический туризм, культурное наследие, территориальные особенности, этнографический музей.

O.V. Melekhina, A.V. Firsova

Perm State University

THE FEATURES OF THE TERRITORIAL ORGANIZATION OF ETHNOTURISM

Ethno-tourism is one of the possible strategic directions for the preservation of traditional economy and cultural heritage. The article discusses the background to the development of ethno-tourism in the Russian Federation. The authors note that the territorial organization of ethno-tourism is influenced by various factors: historical and cultural (region as the center of the formation of the ethnic group), industrial (availability of industrial centers and centers of preservation of handicrafts), infrastructure (developed road networks, parking areas, navigation, souvenir centers and cafes of national cuisine), the presence of other tourist dominants (natural reserves, local history museums). A comprehensive analysis of these factors will make it possible to find the ways to develop ethno-tourism in Russia, to increase the volume of domestic tourist flows.

Keywords: ethnographic tourism, cultural heritage, territorial features, ethnographic museum.

Подходы к выявлению особенностей территориальной организации этнотуризма.
Этнотуризм — одно из направлений культурно-познавательного туризма; это посещение существующих поселений, сохранивших особенности традиционной культуры и быта различных народов, это и знакомство с музеями

© Мелехина О.В., Фирсова А.В., 2019

Мелехина Ольга Вячеславовна,
магистрант кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет,
olenkamelekhina@yandex.ru
Фирсова Анастасия Владимировна,
к. геогр.н., доцент, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
firssowa@mail.ru

народного быта. Мировая практика доказывает, что подобный вид туризма способен удовлетворить целый ряд духовных потребностей человека.

Этнотуризм может являться одним из возможных стратегических направлений сохранения и развития экономики традиционного хозяйства, культурного наследия, служить фактором устойчивого развития территорий, посредством вовлечения коренного населения в создание оригинальных турпродуктов и развитие рекреационной деятельности. Наряду с такими устоявшимися мерами, как сохранение и развитие традиционного образа жизни, национальных ремесел и искусства, образова-

ния и укрепление здоровья представителей коренных народов, в этнотуризм заложены механизмы более активного вовлечения их в экономическую жизнь регионов. В связи с этим возникает исследовательский вопрос: *как влияет изучение территориальных особенностей на организацию и развитие этнографического туризма?* Обратимся к имеющимся научным работам в области этнотуризма.

В статье А.Г. Бутузова «Состояние и перспективы развития этнокультурного туризма в Российской Федерации» были проанализированы предпосылки развития этнокультурного туризма, к которым автор относит следующие:

1) высокая степень этнического разнообразия населения, проявляющаяся не только в национальном или макрорегиональном масштабах, но и в пределах отдельных субъектов Федерации и даже на уровне низовых административных единиц (районов, муниципалитетов, сельских поселений);

2) уникальное сочетание различных этнокультурных комплексов, прежде всего, восточнославянского, тюркского и финно-угорского, сложившееся в процессе длительной межэтнической интеграции, аккультурации и ассимиляции;

3) необходимость активной пропаганды идей межэтнической толерантности с учетом напряженных, а в некоторых регионах серьезно осложнившихся за последние десятилетия межэтнических отношений;

4) сравнительно невысокий (в Приволжье, на Урале) и резко снизившийся за последние десятилетия вследствие массовых миграций (на Северном Кавказе) уровень территориальной консолидации этнических групп в соответствующих национальных республиках;

5) деструктивное влияние урбанизации на традиционный культурный комплекс практически всех этнических групп страны;

6) необходимость более эффективного продвижения на отечественном и зарубежных туристских рынках регионов России, в особенности — с низким рейтингом туристских предпочтений туристов.

Также автор считает, что важнейшей задачей развития этнокультурного туризма в ближайшие десятилетия является необходимость расширения потока туристов в центральную зону европейской части России, характеризующуюся наиболее высокими социально-экономическими показателями. Бесспорное конкурентное преимущество Центральной России перед такими богатыми этнокультурными ресурсами макрорегионами как Поволжье, Урал или Русский Север — это имидж исторического очага становления русского этноса, наличие многих широко известных центров народной

культуры [1]. С точки зрения территориальных особенностей организации туризма — здесь налицо ориентирование на Москву как на центр формирования турпотоков и регионы Центральной России, как на возможные туристские дестинации, создающие предложения в сфере этнотуризма.

В статье В.Н. Преснякова «Географические особенности народных художественных промыслов как основа развития этнического туризма» рассматривается, как народные художественные промыслы могут быть использованы для развития специфического этнического туризма в значительной части субъектов Российской Федерации. Технологии производства народных промыслов должны способствовать и сохранению культурного наследия на конкретной территории, и быть одним из факторов их экономического развития. Например, в Республике Мордовия в последние годы этим вопросам уделяется заметное внимание. Еще в 1997 г. разработана и принята Программа национального развития и межнационального сотрудничества народов республики. В рамках этой Программы реализуется несколько проектов, включающих вопросы воссоздания народных художественных промыслов и развития туристской деятельности: «Деревянная игрушка», «Матрешка «Мордовка»», «Домашняя утварь», «Керамическая посуда и глиняная игрушка», «Национальный костюм», «Мордовские узоры» и некоторые др. Разрабатываются и внедряются отдельные проекты по организации туристской деятельности. Особенное значение имела подобная работа в процессе подготовки празднования в 2012 г. «1000-летия единения мордовского и русского народов». В рамках этой Программы получили дальнейшее развитие некоторые населенные пункты, в которых развитие различных народных промыслов имеет определенную историю и связано с наличием используемого в производстве сырья. Человек, посетивший центры национальной культуры, народных художественных промыслов, не только смотрит, но и принимает участие в некоторых сторонах жизни местного населения, чувствует особенности их быта. Этнотуризм, имея определенную базу и развитую инфраструктуру, сможет удовлетворить самые разные потребности туриста, даст работу местному населению, окажет воздействие на экономику территории [3]. При данном подходе мы видим, что на организацию этнотуризма в той или иной местности влияет наличие центров сохранения и производства традиционных художественных промыслов и ремесел.

Т.Ю. Тихонова в статье «Этнический туризм в развитии регионов» рассматривает взаимодействие этнотуризма с другими видами, а так же

для каких территорий характерна та или иная комбинация. Актуальным является комбинирование этнического и экологического туризма, когда общей целью становится знакомство туриста с традиционным жизнеобеспечением и природным окружением конкретных народов. Наиболее часто этноэкологический туризм встречается в местах традиционного проживания и традиционной хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации. Другое взаимодействие — между этническим и культурно-познавательным туризмом — экскурсионный характер подобных путешествий, проявляющийся в посещении туристом этнографических и историко-культурных объектов. Этот вид популярен на территории Европейской части России. Что касается территорий, для которых возможно сочетание этнотуризма и курортного туризма, то в России это, прежде всего, черноморское побережье Кавказа и район Кавказских Минеральных Вод. Сочетание этнотуризма и развлекательного туризма в России также имеет место. Так, в Калмыкии с этой целью строится специальный национальный кибиточный туристско-развлекательный комплекс «Джангарленд». Также автор проводит анализ современного состояния этнотуризма и уровень развития этноориентированного туризма в российских регионах и предлагает его типологию, согласно которой регионы можно группировать следующим образом:

1) регионы, активно развивающие этнотуризм, имеющие для этого необходимый этно-культурный потенциал и достаточно развитую туристскую инфраструктуру (Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский автономные округа, частично Краснодарский и Ставропольский края);

2) регионы, привлекательные и перспективные для развития этнотуризма, но имеющие недостаточно развитую туристскую инфраструктуру (Хабаровский край, Республика Саха (Якутия), Республика Коми, Поволжье, Север Европейской части России, Прибайкалье, Республика Алтай, республики Северного Кавказа, Камчатский край, Сахалин, республики Хакасия и Марий Эл, Чувашская Республика) [5].

Следуя логике рассуждений автора, с точки зрения территориальной организации, центры этнографического туризма следует развивать вблизи санаторно-курортных комплексов, природных заповедников или центров развлекательного туризма, т.е. тех местностей, которые способствуют созданию комбинированных турпродуктов.

В статье «Особенности управления развитием этнического туризма» авторы выявляют особенность этнического туризма, заключающуюся в том, что разновидности этнического

туризма с одной стороны, обуславливают разнообразие этнотуристского потенциала в целом, с другой — позволяют дифференцировать территориальные ресурсы этнического туризма с учетом особенностей каждой разновидности, что способствует решению задач по развитию туризма этого вида. Ключевой характеристикой, на основе которой разграничиваются две разновидности этнотуризма, является существующая в их рамках различная степень погружения туриста в познание этноса, связанная, прежде всего, с дифференциацией уровня ожиданий и потребностей потребителей, а также количеством времени, отводимым туристом на знакомство с этносом [4].

Поверхностный этнотуризм характеризуется относительно небольшим количеством времени, затрачиваемым туристами на знакомство с самобытной культурой этноса, а также небольшим желанием со стороны туристов увидеть подлинную жизнь этноса. Он имеет более массовый характер и выполняет второстепенные функции для других видов туризма. Глубокий этнотуризм, наоборот, характеризуется большим желанием и значительными усилиями со стороны туристов для познания подлинной жизни этноса, продолжительным временем пребывания в среде проживания этноса и высокой степенью контакта с ним. Отсутствие массового характера, активное вовлечение туриста в жизнь этноса обеспечивает получение максимально аутентичных впечатлений [4]. В данном случае, с точки зрения территориальной организации этнотуризма следует обратить внимание на то, что для массового вида этнотуризма потребуется один вид инфраструктуры (парковочные площадки, информационные стенды, навигация, центры продажи сувениров, кафе национальной кухни, туалеты и др.), а для «глубокого» — совершенно другой тип организации приема туристов (возможность жить в традиционном доме, питаться традиционной кухней и т.д.).

В статье А.Н. Полухиной «Повышение роли этнотуризма в контексте развития региональной экономики» предпринят анализ возможностей этнотуризма, основанного на этнографических традициях, фольклоре и рекреационном потенциале Республики Марий Эл, для эффективного развития региональной экономики. Автор полагает, что концепция развития этнотуризма в республике должна формироваться с учетом и на основе местной самобытной культуры, причем не следует ограничиваться только объектами какой-либо одной культурной традиции: марийской, татарской или русской, так как мы встречаемся с проявлениями модели мультикультурализма, которая столетиями формировалась в Поволжском регионе. Она считает,

что одним из действенных инструментов развития туристической отрасли должно стать малое предпринимательство, которое нуждается в ценаправленной и систематической поддержке государства и общества [2]. Таким образом, на развитие предложений в сфере этнотуризма (агротуризма, сельского туризма) в тех или иных муниципалитетах прямое влияние окажут программы государственно-частного партнерства, в которых будет поддерживаться данное направление.

Роль музеев в территориальной организации этнотуризма в Пермском крае. При комбинировании этнотуризма с туризмом культурно-познавательной направленности ведущую роль в организации маршрутов будут играть музеи. Рассмотрим, как территориальные особенности расположения этнографических музеев Пермского края влияют на распределение турпотоков.

Народы и культуры — одна из незыблемых ценностей любой территории, любого края. Пермская земля — не исключение. Пермский край занимает особое место в этнокультурном ландшафте Евразии. Он располагается на границе нескольких этнокультурных зон — Европы и Азии, леса и степи. Удобные транспортные, водные и сухопутные пути определили судьбу нашего региона как исторического «перекрестка», где в прошлом и настоящем переплелись судьбы многих народов. Пермский край занимает одно из первых мест среди регионов России по этническому многообразию. Только официальный перечень народов Пермского края включает более 120 позиций. Согласно всероссийской переписи населения 2010 года в список десяти наиболее многочисленных народов входят русские, татары, коми-пермяки, башкиры, удмурты, украинцы, белорусы, немцы, чуваши. Три культурные традиции определяют современное этническое своеобразие Пермского края: славянская (русские), финно-угорская (коми-пермяки, удмурты, марийцы) и тюркская (татары и башкиры).

Централами этнографического туризма в регионе являются прежде всего музеи, а не пункты художественных промыслов и ремесел (как в Центральной России) и не аутентичные села (как в республиках Северного Кавказа). Этому есть свои объяснения: традиционные художественные промыслы и ремесла Прикамья (например, Обвинская роза или коми-пермяцкие пэляны) не имеют центров производства и сохраняются благодаря энтузиазму народных мастеров; села с компактным проживанием этноса (например, коми-пермяцкие или башкирские) имеют прежде всего сельскохозяйственную специализацию, находятся на значительном удалении от краевого центра

и исторически в этих районах не сложилось экскурсионных маршрутов. Традиционной культуре проживающих в Прикамье народов посвящены, прежде всего, экспозиции многочисленных краеведческих музеев, поэтому на территориальную организацию этнотуризма влияют именно наличие или отсутствие этнографического музея в том или ином районе.

Богатыми коллекциями по этнографии коми-пермяков располагает Коми-Пермяцкий краеведческий музей (г. Кудымкар). Культура и быт татарского и башкирского народов отражены в коллекциях Бардымского районного краеведческого музея (с. Барда). Уникальными музеями, в которых не только представлены этнографические коллекции, но и воспроизведена естественная среда бытования народов Прикамья, следует считать архитектурно-этнографический музей «Хохловка» (Пермский район) и «Этнографический парк истории реки Чусовой» (г. Чусовой). Именно эти музеи возможно рассматривать как реальные или потенциальные центры этнотуризма. Чтобы подтвердить наше предположение, мы при помощи Google-формы провели опрос в социальных сетях. В опросе приняли участие 50 респондентов, из них 31 респондент были людьми, работающими в сфере туризма, что составило 62 % от числа всех опрошенных. В результате опроса 75 % респондентов назвали именно эти музеи, как наиболее популярные в Пермском крае, и также отметили, что в них более полно раскрыта тема этнографии. Из названных выше музеев самым популярным, по мнению респондентов, является архитектурно-этнографический музей «Хохловка», как самый доступный и предоставляемый большее количество разнообразных программ, фестивалей и услуг.

Кратко охарактеризуем деятельность этнографических музеев. Архитектурно-этнографический музей «Хохловка» — первый на Урале музей деревянного зодчества под открытым небом. Музей начал создаваться в 1969 году и был открыт для посетителей в сентябре 1980 года. Уникальный музейный ансамбль расположен на живописном берегу Камы в 43 км от Перми у с. Хохловка (Пермский район). Сегодня АЭМ «Хохловка» объединяет 23 памятника деревянного зодчества конца XVII — второй половины XX вв., которые представляют лучшие образцы традиционной и культовой архитектуры народов Прикамья. Здесь ежегодно проводятся традиционные календарные праздники «Проводы Масленицы», «Троицкие гуляния», «Яблочный Спас», фестивали военной реконструкции «Большие манёвры на Хохловских холмах» и международный этнофутуристический фестиваль «KAMWA» [9]. Также здесь проводятся ин-

терактивные экскурсии с включением народных игр, элементов календарных, семейных обрядов «Хохловка. Связь времен», «Хохловка. Линза времени», театрализованные экскурсии, мастер-классы, культурно-образовательные программы, здесь можно попробовать традиционную русскую кухню.

Этнографический парк истории реки Чусовой — парк под открытым небом стоит у подножия Арининой горы в Пермском крае, на берегу горной речки Архиповка, которую в своих произведениях не раз описывал Виктор Астафьев, 17 лет проживший в этих местах. Основная экспозиция парка истории реки Чусовой — крестьянский быт XIX-XX веков: кузница, крестьянская изба, сельская лавка, пожарное депо, балаган (музей-театр деревянной игрушки), гончарная мастерская, несколько часовен [10]. В музее проводятся: обзорные экскурсии по музею, тематические занятия, музейные квесты, тематические мероприятия, мастер-классы, фольклорно-развлекательные программы. Сотрудники музея стали инициаторами проведения народного спортивного праздника в начале декабря «Катерина Санница». По предварительной заявке на территории парка можно попробовать русские блины и чай из самовара.

Коми-Пермяцкий национальный музей — это центр сохранения и трансляции наследия коренного населения региона — коми-пермяков. Экспозиции музея, представляют историю коми-пермяцкого края с древнейших времён до наших дней. Открыт 30 июля 1921 г. По инициативе Петра Ивановича Субботин-Пермяка (6.12.1886-3.01.1923), художника-авангардиста и общественного деятеля, уроженца Кудымкара, имя которого присвоено музею в 1945 году [8]. В музее проводятся: обзорные экскурсии, занятия для детей дошкольного возраста, экскурсии-игры и театрализованные экскурсии, мастер-классы, культурно-образовательные программы; выездные лекции и беседы, фестивали [6]. Также у музея есть передвижные выставки «Древнее городище», «Графика Пармы», «Пермяцкие узоры» и др. В музее показывают документальные фильмы о приготовлении традиционных коми-пермяцких блюд и напитков. Коми-пермяцкую кухню можно попробовать в ресторане «Национальный» недалеко от музея.

Бардымский районный краеведческий музей — является информационным центром для населения района. Здесь собран исторический, краеведческий материал, также в данном музее привлекают внимание экспозиции бардымской тюбетейки и тастымала. Уникальность музея заключается в том, что это единственный музей в Пермском крае, который отражает само-

бытную культуру тулвинских татар и башкир. Здесь собран большой этнографический материал, который наиболее полно раскрывает особенности обычаев, традиций, народного творчества, одежды двух наиболее близких тюркских народов, компактно проживающих и консолидированных в один этнос — тулвинских татар и башкир. Музей ведёт активную пропаганду исторического и культурного наследия жителей района: организуются выставки, мероприятия, встречи, мастер-классы, экскурсии по музею, и по интересным местам Бардымского района. В 2011 году Бардымский районный краеведческий музей с проектом «Тулвинская мозаика» стал победителем конкурса социальных и культурных проектов ООО «ЛУКОЙЛ-ПЕРМЬ». В последние годы главным мероприятием событийного туризма в Бардымском районе стал национальный праздник «Барда-зиен» [7].

Для того, чтобы понять, насколько востребованы услуги этнографических музеев среди населения (местных жителей и туристов) проанализируем показатели отчетов музеев по государственному заданию (табл. 1). Для этого выберем 4 индикатора для анализа — число очных посетителей, число людей, получивших информационные услуги через Интернет, количество экскурсий и количество экспозиций.

У всех музеев данные отчетов по государственному заданию предоставляются в открытом доступе на их сайтах, но Бардымский районный краеведческий музей имеет статус муниципального и, в связи с этим, отчетов не в открытом доступе нет.

Также проанализируем, какие услуги предоставляют музеи, чтобы понять какими способами они выполняет свою просветительскую и образовательную функции (табл. 2).

Анализируя данные таблиц, можно сказать, что наиболее посещаемым является архитектурно-этнографический музей «Хохловка», также он проводит большее количество экскурсий и экспозиций в течение года. Коми-Пермяцкий национальный музей гораздо менее посещаем, чем «Хохловка», но также справляется с выполнением государственного задания. «Этнографический парк истории реки Чусовой» имеет самые низкие показатели по посещаемости и, в отличие от двух других музеев, не справляется с выполнением государственного задания. Также Бардымский районный краеведческий музей и Парк истории реки Чусовой предоставляют меньшее количество услуг, чем «Хохловка» и Коми-Пермяцкий национальный музей.

Таким образом, можно сказать, что удаленность музея от краевого центра, транс-

Таблица 1

Анализ отчетов музеев по государственному заданию

Музеи	Число очных посетителей		Число людей, которые получили информационную услугу через Интернет		Количество экскурсий		Количество экспозиций	
	утверждено в гос. задании на год	исполнено на отчетную дату	утверждено в гос. задании на год	исполнено на отчетную дату	утверждено в гос. задании на год	исполнено на отчетную дату	утверждено в гос. задании на год	исполнено на отчетную дату
Архитектурно-этнографический музей «Хохловка»	209762	237957	154000	174535	3500	3582	13	20
Этнографический парк истории реки Чусовой	14000	6930	34 900	28135	450	424	10	10
Коми-Пермяцкий национальный музей	10800	11266	23000	23000	560	594	16	18

портная доступность, количество экспозиций, число штатных сотрудников и наличие партнеров, помогающих в реализации культурных и событийных мероприятий оказывают влияние на популярность музеев и спрос среди туристов.

Так архитектурно-этнографический музей «Хохловка», который находится в непосредственной близости от краевой столицы и имеет большее количество экспозиций, является самым популярным. Музей сотрудничает с многими турфирмами Перми, а туроператор «Белый камень» реализует на площадке музея театрализованные экскурсии, анимационные программы. АЭМ «Хохловка» предоставляет свои площади для проведения региональных и международных фестивалей.

Коми-Пермяцкий национальный музей и Этнографический парк истории реки Чусовой, находятся в удалении от Перми, здесь редко проходят фестивали всероссийского и международного уровня, более слабо эти музеи взаимодействуют с партнерами (например, местными центрами культуры, турфирмами) и посещаемость их намного ниже. Однако Коми-Пермяцкий национальный музей, за счет количества экспозиций, получает достаточное количество посетителей для выполнения государственного задания, в отличие от Этнографического парка истории реки Чусовой.

Опираясь на данные нашего исследования, можно выделить основные проблемные аспекты, связанные с территориальной организацией этнотуризма.

Те музеи, которые расположены близко к региональному или туристскому центру, явля-

ются более популярными среди туристов из-за своей доступности и в них, как правило, проводится большее количество культурно-массовых мероприятий, фестивалей. Музеи, которые находятся в удалении от таких центров, ближе к центрам проживания того или иного этноса, где сохранены культура, традиции и ремесла народа, не так популярны, т.к. до них дольше добираться и не всегда дороги, ведущие к ним, находятся в хорошем состоянии. Таким образом, при планировании этнографического объекта, необходимо учитывать не только близость к местам проживания малых народов, но и транспортную доступность этих мест.

Также, главными препятствиями, тормозящими развитие этнографического туризма на территории России, является то, что отечественный этнотуризм не получил должного уровня развития, соответствующего его богатейшему ресурсному потенциалу. На современном туристском рынке отсутствуют профессиональные организаторы, специализирующиеся исключительно или преимущественно на этнических турах, также слишком мало реализованных проектов. Решение имеющихся проблем предлагается в большинстве своем с помощью создания туристских проектов, маршрутов, туров, проведения этнографических фестивалей и прочее. Т.е. комбинации этнографического туризма с культурно-познавательным, спортивным, гастрономическим, развлекательным. Такие пути решения проблем, безусловно, будут способствовать развитию этнотуризма.

Еще одним важным препятствием являются финансы и поиск инвесторов. Мы предлагаем решить эту задачу с помощью привлечения ма-

Таблица 2

Анализ услуг, предоставляемых в музеях

Музеи	Экскурсии	Мастер-классы	Театрализованные экскурсии, праздники	Культурно-образовательные программы	Национальная кухня	Фестивали	Игровые программы
Архитектурно-этнографический музей «Хохловка»	+	+	+	+	+	+	+
Этнографический парк истории реки Чусовой	+	+	+	-	+	-	-
Коми-Пермяцкий национальный музей	+	+	+	+	+	+	+
Бардымский районный краеведческий музей	+	+	+	-	-	+	-

лого предпринимательства. По мнению многих российских экономистов и экспертов в сфере туризма — это может стать одним из действенных инструментов развития туристической отрасли, составляя новую основу определяющих сегментов туризма: общественного питания, гостиничного, зрелищно-развлекательного, торгового, сувенирного, транспортного комплексов.

На территориальную организацию этнотуризма в целом оказывают влияние следующие факторы: историко-культурные (регион как очаг становления этноса); производственные (наличие центров производства и сохранения ремесел); инфраструктурные (удобные подъездные пути, парковочные площадки, навигация, центры продажи сувениров и кафе национальной кухни); наличие иных туристских доминант (природных заповедников, краеведческих музеев, санаторно-курортных комплексов, центров развлечений). Изучение данных факторов в комплексе позволит определить пути развития этнотуризма на территории России, увеличить объемы внутренних туристских потоков.

Библиографический список

1. Бутузов А.Г. Состояние и перспективы развития этнокультурного туризма в Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. — 2009. № 4. — С. 11–15.

2. Полухина А.Н. Повышение роли этнотуризма в контексте развития региональной экономики / А.Н. Полухина // Региональная экономика: теория и практика. 2007. №17. — С. 97–102.

3. Пресняков В.Н. Географические особенности народных художественных промыслов как основа развития этнического туризма / В.Н. Пресняков // Псковский регионологический журнал. 2010. №10. — С. 94–96.

4. Старкова И.И., Маннатова А.В., Дагбаев Б.В. Особенности управления развитием этнического туризма // Управление экономическими системами. Улан-Удэ, 2016. №12.

5. Тихонова Т.Ю. Этнический туризм в развитии регионов // статья в сборнике трудов конференции «Актуальные проблемы современных наук». Москва, 2012.

6. Фирсова А.В., Никитина Ж.Е. Туристский район «Парма»: оценка ресурсов и перспективные направления // Туризм как фактор модернизации экономики и развития регионов: материалы I Всероссийской научн.-практ. конф. с междунар. участием, 19–21 ноября 2015 г. /под общ. ред. проф. А.Н. Полухиной. — Йошкар-Ола: Поволжский гос.ун-т, 2015. — С. 170–179.

7. Бардымский муниципальный район URL: <http://barda-rayon.ru/Obshhestvo/kultyra/11221/>

8. Коми-пермяцкий краеведческий музей URL: <http://www.subbotin-permyak.com/>

9. Пермский краеведческий музей URL: <http://museum.perm.ru/filiali/muzey-khohlovka>

10. Этнографический парк истории реки Чусовой URL: <http://etnopark.com/>

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЛЕТНЕГО ОТДЫХА В РАМКАХ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО ТУРИЗМА

В статье авторы представляют инновационные подходы в организации детских и юношеских лагерей, приводят существующие виды и классификации детско-юношеского туризма. В настоещее время традиционные формы проведения молодежного досуга переживают жесткую конкуренцию с теми организациями, которые вводят инновационные подходы, новые тематики и образовательные формы. В качестве примеров авторы приводят варианты инноваций и несколько относительно новых тематических программ, которые можно внедрить на территории Пермского края, используя уже существующие кадровые, методические и технологические ресурсы.

Ключевые слова: детско-юношеский туризм, детский оздоровительный лагерь, инновационная программа, тематическая смена.

A.P. Vedernikov, E.A. Sharonova
Perm State University

INNOVATIVE APPROACHES TO SUMMER HOLIDAYS ORGANIZATION WITHIN THE CHILDREN AND YOUTH TOURISM

In the article, the authors use innovative approaches to the organization of children's and youth camps, which activate types and classifications of recreation. Currently, these programs introduce innovative approaches, new topics and educational forms. As examples, innovative and several relatively new thematic programs are used, which can be implemented in the Perm Territory, using existing human, methodological and technological resources.

Keywords: children and youth tourism, children's health camp, innovative program, thematic change.

Сегодня детско-юношеский туризм переживает новое рождение вследствие принятия Закона Российской Федерации «Об образовании» (1992 г.), который повысил социокультурную значимость дополнительного образования детей в формировании образовательной структуры современного общества в Российской Федерации. Детско-юношеский туризм можно представить, как универсальную педагогическую систему, сочетающую в себе и процесс воспитания, обучения и развития личности подростка. Так же нужно сказать, что детско-юношеский туризм практи-

ко-ориентирован: он имеет особые технологии, особенные образовательные методики, которые придают ему значимую ценность. В последнее время, все более выраженным становится движение детско-юношеского туризма в системе образования подрастающего поколения, где ребята могут не только расширить кругозор, познать окружающий мир, но и познать себя через туризм. Дополнительное туристско-краеведческое образование подрастающего поколения представляет собой совокупность знаний, умений, навыков, осуществляемых в процессе занятий туризмом и краеведением.

Слесарёва Л.П. в статье «Модернизация региональной модели детско-юношеского туризма в системе столичного образования в рамках национальной образовательной инициативы» представляет достаточно полное видовое многообразие форм деятельности в детско-юношеском туризме:

© Ведерников А.П., Шаронова Е.А., 2019

Ведерников Александр Павлович,
старший преподаватель кафедры туризма, Пермский
государственный национальный исследовательский университет,
alex.ved@mail.ru

Шаронова Елена Алексеевна,
старший преподаватель кафедры туризма, Пермский
государственный национальный исследовательский университет,
sharonova1834@gmail.com

- оздоровительно-познавательные прогулки в природу;
- познавательные и учебные экскурсии;
- туристские прогулки;
- спортивно-оздоровительные походы выходного дня;
- образовательные туристские поездки;
- спортивные походы и путешествия;
- туристско-поисковые экспедиции;
- туристские слёты и туристско-спортивные первенства;
- соревнования по спортивному ориентированию;
- краеведческие выставки и конференции;
- туристские вечера;
- смотры и конкурсы;
- концерты авторской (бардовской) песни;
- олимпиады по краеведению;
- презентации исследовательских работ и др.

Такое многообразие форм детско-юношеского туризма является очень привлекательным и доступным для юношей и девушек с разной физической подготовкой. Так же такое многообразие форм можно реализовывать комплексно при участии организаций, заинтересованных в развитии детско-юношеского туризма независимо от форм собственности [2]. Кроме того, такие формы некоммерческого и социального туризма, как экскурсионно-ознакомительные и краеведческие путешествия; поездки в сезонные детские, молодежные, тематические лагеря; поездки и походы со спортивными целями могут получать субсидии из региональных бюджетов [4, с. 140].

Услуги детско-юношеского туризма, и соответственно условия проживания можно подразделить на стационарные и мобильные (палаточные). Под стационарным видом услуг детско-юношеского туризма понимается такой вид услуг, который предлагается на территории стационарного объекта (детского лагеря, санатория, базы отдыха и т.д.). По виду отдыха детские лагеря подразделяют на детские оздоровительные лагеря и центры (ДОЛ и ДОЦ), спортивно-оздоровительные лагеря и комплексы (СОЛ и СОК), международные детские лагеря и центры (МДЛ и МДЦ). Кроме того, выделяются лагеря санаторного типа, специализирующиеся на профилактическом лечении [5].

В зависимости от расположения и направленности лагеря классифицируются как: загородные оздоровительные лагеря, лагеря дневного пребывания (при школах), туристские (полевые, палаточные, экспедиционные и передвижные лагеря), профильные (спортивные, военно-патриотические, православные). Последнее время популярными стали профильные лагеря, их отличие от оздоровитель-

ного лагеря в том, что инфраструктура лагеря, педагогический персонал и программа пребывания детей ориентирована на реализацию профиля данного ДОЛ. В остальном, программа профильного лагеря приближена к традиционной — это активный отдых на территории, трекинги, песни под гитару, игры и конкурсы, спортивные игры и соревнования, праздники, дискотеки.

В последние годы в обиход вошел термин *самп* (англ.). Такие лагеря с пребыванием детей и подростков продолжительностью 1-2 недели распространены в зарубежных странах. У нас они динамично получают все большее развитие и распространение. Они мобильны (могут быть организованы в различных местах в России и за рубежом), их деятельность базируется на реализации конкретной тематики или программы. В России на летний сезон ведущие туроператоры рынка детского туризма предлагают самые разнообразные программы отдыха на внутреннем направлении, в том числе и спортивные или туристские детские лагеря (пример: сеть детских лагерей Дмитрия и Матвея Шпаро, работает с 1989 года, на сегодняшний день предлагает более 20 программ активного отдыха).

Кроме детско-оздоровительных лагерей, важной составляющей детско-юношеского туризма является туристско-краеведческая работа в школе. Так называемый «школьный туризм» (педагогический туризм) который направлен на удовлетворение рекреационных потребностей школьников. В школьном туризме можно выделить два подвида: классный туризм и кружковой туризм. Классный туризм минимален по объему и обязателен для учащихся; кружковой туризм ориентирован на детей, увлеченных путешествиями и краеведением. Туризм краеведческой направленности максимально использует возможности культурных ландшафтов своего региона. Семантическая насыщенность культурного ландшафта позволяет рассматривать его как особую образовательную среду — наглядное пособие, на примере которого возможно наблюдать, понимать и изучать те или иные явления местной истории, культуры, экономики [3, с. 87]. Среди форм школьного туризма можно выделить: экскурсии (пешие и транспортные); занятия в кружках, секциях, клубах; походы (пешие, лыжные и т. д.), различной продолжительности, разной степени и категории сложности; туристские сборы; скаутинг; туристские соревнования; семинары; конкурсы; конференции, выставки, праздники, турлагеря и др.

Уже не первое десятилетие летний детский и юношеский активный отдых следует тенденциям тематического разнообразия. Представим

три довольно модные, необычные тематики и их особенности организации в качестве профильного лагеря в рамках детско-юношеского туризма.

Сценическое творчество. Здесь можно выделить и более узкоспециализированные типы, например, только музыкальный конкурс, модный подиум, программы в стиле КВН или актерское мастерство. Особенности реализации творческой программы определяются следующими факторами:

- **кадровый.** Кроме обычного педагогического состава потребуются работники культурно-досуговой сферы — музыканты, актеры, танцоры и т.д.

- **Материально-технический.** Реквизит и технический инструментарий, наличие соответствующего помещения — со сценой, свето-музыкальным оборудованием. В случае с палаточным лагерем возможно сооружение open-air сцены под открытым небом, желательно с на-весом и возможностью укрыть аппаратуру от осадков, также в подобных условиях понадобится электрогенератор. Кроме электротехнического обеспечения необходимы музыкальные инструменты, декорации, костюмы и так далее.

- **Методический и организационный.** Методические подходы могут быть как традиционными, так и с креативным уклоном. Элементы мозговых штурмов, свободное творчество, написание музыки, текстов, шуток, постановка танцев могут выходить за рамки распорядка дня.

В Пермском крае примером разнообразия тематических программ может служить такой бренд детского оздоровительного отдыха как «Новое Поколение».

Квест. Очень популярное направление сферы развлечений находит место и в образовательном пространстве. Здесь также можно выделить множество подвидов: экономическая или интеллектуальная игра, веревочный курс с задачами на принятие нестандартных решений, командное взаимодействие, силу и ловкость, приключенческий квест и тому подобные.

Организационными особенностями могут быть следующие:

- в кадровый состав могут входить профессиональные актеры и организаторы квестов, если сценарии квестов являются достаточно сложными.

- Зачастую необходимо перемещение участников в специальные локации, это бывает выгоднее, чем монтаж реквизита и постройек на месте лагеря.

- Уровень квестов обязательно должен учитывать возрастные, психологические и интеллектуальные особенности молодежи.

Экстрем. Спортивными лагерями (сменами) никого не удивишь, с давних пор летний отдых совмещается с выездными тренировками. Но относительно недавно стали набирать популярность и моду туристские и экстремальные направления спорта, такие как скалолазание, альпинизм, каякинг и рафтинг, рогейн, маунтин-байк, даунхилл и даже стали появляться горнолыжные состязания. Соответственно специфике жанра возникают определенные особенности:

- в педагогический состав обязательно должны входить опытные (даже сертифицированные) инструкторы, так как занятия несут определенный риск.

- Необходимо надежное и, порой, дорогостоящее оборудование, что существенно может увеличивать финансовую сторону организации (но, как мы говорили ранее, возможны партнерские взаимоотношения с поставщиками и арендодателями технических средств).

- Питание. Желательно учитывать, что при больших физических нагрузках детям и подросткам необходим специальный рацион.

- Особенности локаций и сезонов. Если складором, к примеру, еще возможно соорудить на базе обычного лагеря детского отдыха, то смоделировать крупные формы рельефа, тем более, засыпать их снегом уже вряд ли. Поэтому, логично, что, например, лагерь для юных спортсменов-горнолыжников проводят на склонах существующих ГЛЦ и в зимние каникулы.

Подобным примером выступает горнолыжный центр Губаха с их ежегодной школой «Снежная Академия».

Такие тематические формы отдыха, не только привлекают детей, но и являются средством к познанию себя в коллективе. Это не только весело, с учетом профессионального и харизматичного педагогического состава и других специалистов, имеющих отношение к тематике ДОЛ, но и крайне полезно. По словам В.Л. Погодиной, туризм служит действенным средством, которое мобилизует познавательную активность детей, приобщает их к самостоятельной творческой деятельности, развивает инициативу, умения и навыки самообразования [1]. Познавательная активность есть личностное свойство, которое приобретается, закрепляется и развивается в результате особым образом организованного процесса познания и с учетом индивидуальных и возрастных особенностей. Поэтому педагоги постоянно обновляют свой методический арсенал, чтобы предлагать искренней публике родителей и детей новинки и конкурировать на рынке подобных предложений.

Деятельность, направленная на создание и внедрение новшеств, может считаться иннова-

ционной при условии, что в нее привносятся новые знания, технологии, приемы, подходы для получения результата, который широко востребован. Поэтому разработчикам инновационного туристского продукта следует учитывать все факторы, способных повлиять на эффективность:

- кадры (педагоги, инструкторы, ученые, специалисты, предприниматели, менеджеры);
- ресурсы и условия (образовательные, научно-технические, технологические, финансовые);
- туристско-образовательная инфраструктура (стационарные лагеря и возможности для палаточных);
- информационная среда (уровень развития образования, науки и техники, законодательная и нормативная базы, политическая и экономическая стабильность);
- рыночная конъюнктура и конкуренция [1, с. 58].

Рассмотрим инновационные подходы в методике и возможностях тематического разнообразия детского отдыха.

1) Нетипичный кадровый состав. Привлечение специалистов смежных областей для проведения различных мастер-классов и тематических программ.

2) Использование современных технологических новинок. Необходимое дорогостоящее оборудование можно брать на партнерских условиях, как вариант, в виде обучающих курсов совместно с тренерами. Например, фото и видеосъемка с квадрокоптеров в тематической «киносмене», робототехника и тому подобное.

3) Альтернативный график смены, который больше подходит старшеклассникам и студентам, кому нарушение режима день-ночь не столь критично. Как пример, изучение ночной флоры и фауны.

4) В случае палаточного лагеря — перестановка «архитектуры» лагеря.

Таким образом, формы проведения детского отдыха очень разнообразны. Если говорить в целом, то услуги детского отдыха представля-

ют как частные, так и государственные организации. Все программы, предлагаемые ими направлены на развитие, обучение, оздоровление детей и подростков в возрасте от 6 до 17 лет. Например, с 2013 года Пермский край является пилотной территорией по апробации Модельной программы развития системы отдыха и оздоровления детей. Таким образом, Пермский край стал одной из территорий, где вся система оздоровления строится на принципах заинтересованного участия региональной власти, некоммерческого и коммерческого сектора, органов местного самоуправления. И если говорить об инновационных формах проведения детского отдыха, то несомненно новые тематики для летних палаточных и стационарных лагерей предполагают четко организованную деятельность специалистов и педагогов в выборе ресурсно-материальной базы, проведения тематических программ и обеспечения безопасности детей, и кроме этого оказывалось преимущественное воздействие образовательно-воспитательного процесса на двигательную, творческую, познавательную и эмоциональную сферу ребенка в непосредственном контакте с действительностью — окружающей природной и социальной средой.

Библиографический список

1. Погодина В.Л. Традиции и инновации в образовательном туризме /Л.В. Погодина/ Известия российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. СПб.: Издательство РГПУ им. А. И. Герцена, 2018. С. 54–62.
2. Слесарева Л.П. Модернизация региональной модели детско-юношеского туризма в системе столичного образования в рамках национальной образовательной инициативы «Наша новая школа». URL: http://madut.narod.ru/ak_bibl/2010_9/slesar1.html (Дата обращения 16.03.2019).
3. Фирсова А.В. Культурный ландшафт как образовательная среда: структура и возможности // География и туризм: научный рецензируемый журнал 1/2018. Пермь, 2018. С. 85–92.
4. Шаронова Е.А. Детско-юношеский туризм как явление и направления его развития в городе Перми // География и туризм: научный рецензируемый журнал 2/2018. Пермь, 2018. С. 138–142.
5. Что такое детский оздоровительный лагерь URL: <http://tour-vestnik.ru/> (Дата обращения 15.03.2019).

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

И.М. Калабкина, В.М. Кицис

УДК 338.48 (540)

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТУРПРОДУКТОВ В ИНДИИ

В статье показано место туризма страны в Азиатско-Тихоокеанском регионе и рассматриваются природные, историко-культурные и социально-экономические факторы, влияющие на формирование туристских продуктов в Республике Индия. Сочетание разнообразных туристских ресурсов во взаимодействии достаточно развитой туристской инфраструктурой делают Индию одной из наиболее привлекательных для туристов стран мира. В стране сложились благоприятные возможности для формирования культурно-познавательных, экологических, лечебно-оздоровительных, пляжно-купальных и религиозных туристских продуктов.

Ключевые слова: *рельеф, климат, воды, флора, фауна, культурное наследие, индустрия гостеприимства, транспортная сеть.*

I. M. Kalabkina, V. M. Kitsis

National research Mordovia State University

FACTORS AFFECTING THE FORMATION OF TOURISM PRODUCTS IN INDIA

The article shows the place of the country's tourism in the Asia-Pacific region and examines the natural, historical, cultural and socio-economic factors influencing the formation of tourist products in the Republic of India. The combination of various tourist resources in cooperation with a sufficiently developed tourist infrastructure makes India one of the most attractive countries of the world for tourists. The country has developed favorable opportunities for the formation of cultural, educational, environmental, health and fitness, beach bathing and religious tourist products.

Keywords: *relief, climate, water, flora, fauna, cultural heritage, hospitality industry, transport network.*

Любая страна, стремящаяся интегрироваться в мировой туристский рынок, должна определить, какие туристские продукты она может предложить иностранным туристам. Для этого ей необходимо выявить все факторы, способствующие формированию турпродуктов. В связи с этим цель статьи — проанализировать турпотоки в Индию, выявить факторы, влияющие на увеличение турпотока в страну.

© Калабкина И.М., Кицис В.М., 2019

Калабкина Ирина Михайловна,

доцент кафедры туризма, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва,
i.m.kalabkina@yandex.ru

Кицис Вячеслав Михайлович,

к. геогр.н., доцент кафедры туризма, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва,
vkitsis@mail.ru

Предметом исследования выступают факторы, способствующие формированию турпродуктов в сфере въездного и внутреннего туризма.

Индия, официальное название Республика Индия, — государство, расположенное на юге Азии на полуострове Индостан. Страна занимает седьмое место в мире по площади и второе место — численности населения. На западе страна граничит с Пакистаном, на востоке — с Мьянмой и Бангладеш, а на севере и северо-востоке — с Китаем, Непалом и Бутаном. Индия омывается водами Индийского океана.

Республика Индия — это федеративное государство, образованное 25 штатами и 7 союзными территориями.

В настоящее время Республика Индия (Индия) не входит в число ведущих туристских стран мира, занимая в 2016 г. лишь

Таблица 1

Динамика международных туристских прибытий в Индию¹

Год	Число международных туристских прибытий, тыс. чел.	Темпы роста международных прибытий, %		Цепные темпы прироста, %
		базисные	цепные	
2010	5 776	100,0	100,0	-
2011	6 309	109,2	109,2	9,2
2012	6 578	113,9	104,4	4,4
2013	6 968	120,6	105,9	5,9
2014	13 107	226,9	188,1	88,1
2015	13 284	230,0	101,4	1,4
2016	14 569	252,2	109,7	9,7

26 место по числу международных прибытий (14,6 млн) и 13 место по доходам от международного туризма (22,4 млрд долл.). Однако в Азиатско-Тихоокеанском макрорегионе (по версии ЮНВТО) она занимает достаточно высокие позиции: 6 место по числу международных прибытий (уступая Китаю, Таиланда, Малайзии, Японии, Южной Кореи) и 5 место по доходам от международного туризма (впереди Китай, Таиланд, Австралия, Япония) [1].

Вместе с тем страна выделяется по темпам развития международного туризма, о чем свидетельствуют данные таблицы 1.

Как видно из данных таблицы 1, количество международных туристских прибытий в Индии постоянно возрастает, опережая при этом мировые темпы роста. Так, если за период с 2010 г. по 2016 г. среднегодовые темпы роста международных туристских прибытий были на уровне 4 %, то в Индии они были в 4 раза выше и составили 16,7 %. За отмеченный период число прибытий иностранных туристов выросло более чем в 2,5 раза, причем наибольший прирост был отмечен в 2014 г.: увеличение более чем на 6 млн. чел., прирост — 88,1 %.

Почему же Индия во втором десятилетии XXI в. становится объектом притяжения туристов из многих стран мира? Ответ на этот вопрос многогранен, но ведущую роль в этом процессе играют богатые и разнообразные туристско-рекреационные ресурсы Индии и, в первую очередь, природные и культурно-исторические ресурсы, обусловливающие огромный туристско-рекреационный потенциал страны.

Индия еще с древних времен манила к себе путешественников и исследователей. Можно, в частности вспомнить походы Александра Македонского, путешествие русского купца

Афанасия Никитина и многих других. Эта страна особенно славилась среди европейцев, так из нее поступали пряности, ткани, драгоценности и другие экзотические товары. Не случайно с целью открытия морского пути в Индию была снаряжена экспедиция Христофора Колумба, а открытые им острова в Карибском море он назвал Вест-Индией.

Богатая и разнообразная природа Индии обусловливает ее высокую туристскую привлекательность. На севере страны расположены высочайшие горы мира — Гималаи. Здесь расположена высшая точка страны — гора Канченджангу, достигающая высоты 8 598 м. В целом рельеф страны характеризуется большим разнообразием: горы Гималаи сменяются Индо-Гангской равниной с монотонно плоским рельефом, которая южнее переходит в средневысотные горы Аравали, те, в свою очередь, постепенно переходят в плато Мальва, затем в Деканское плоскогорье с многочисленными островными горами, а вдоль побережья Индийского океана тянется полоса равнин и низменностей шириной 50–100 км. Многие побережья характеризуются прекрасными песчаными пляжами.

Климат Индии также разнообразен: на севере страны он тропический, а при движении на юг сменяется субэкваториальным. При перемещении с севера на юг климат становится более теплым и влажным. Максимальное количество осадков выпадает в местечке Черапунджи, а минимальное — на западе Индо-Гангской равнины в пустыне Тар. Муссонный климат Индии позволяет выделить 3 сезона:

- сухой холодный, который длится с октября по март и считается лучшим временем года для посещения туристов;

¹ Рассчитано автором по [1]

- сухой жаркий, длиющийся с апреля по июнь;
- влажный жаркий, продолжающийся с июля по сентябрь. Он считается неблагоприятным для посещения туристов.

В то же время лучшее время для путешествия по стране зависит от места, куда туристы намерены направиться.

В Индии большое количество водных ресурсов, представленные реками, ледниками, болотами, морями и океаном. Много рек, однако основная их часть несет свои воды в Бенгальский залив. К числу самых больших рек относятся Ганг, Брахмапутра, Инд, Годавари и др. Реки считаются священными, но особенно почитаются место выхода Ганга из гор на равнину и место впадения р. Джамны в Ганг. Во время дождей реки Северной Индии выходят из берегов, что приводит к наводнениям. Больших озер в стране мало, выделяется своими размерами озеро Вукар в Кашмирской долине.

Весьма разнообразен растительный и животный мир Индии. В стране насчитывается 21000 видов растительности. В тропических, субтропических, вечнозеленых и листопадных лесах встречаются такие ценные породы деревьев, как гималайский кедр, сосна, пихта, ель, сандал, тик, розовое, атласное и железное деревья, разнообразные виды бамбука и пальм и др. В дельтах рек распространены непроходимые мангровые леса. В целом леса занимают почти четверть территории Индии.

В Индии насчитывается более 410 видов млекопитающих, 1250 видов птиц, 408 видов рептилий, 197 видов амфибий, а водах обнаружено 2546 видов рыб [6]. Фауна страны отличается наличием эндемичных, редких и исчезающих видов. В Индии водятся леопард, гималайский медведь, снежный барс, нилгирский тар, тибетская рысь, ирбис и др. Кроме того, животный мир представлен такими видами, как индийский слон, носорог, человекообразные обезьяны, азиатский лев, тигры, олени, мангусты и ряд других. В Ганге водится крокодил — гавиал, достигающий длины 6–7 м. Много видов пресмыкающихся, змей, насекомых и т. д.

Для охраны редких видов животных и растений в стране создано более 400 заповедников и более 90 национальных парков, которые используются в целях развития познавательного и экологического туризма.

Природные объекты Индии не только многочисленны, но и интересны. К ним относятся пики и ущелья Гималаев, Кашмирская долина (одно из красивейших мест на планете), водопады (самый высокий из них Герсоппа, или Джог, расположен на реке Шаравти и имеет высоту 253 м), пещеры и многое другое.

В Индийском океане много привлекательных с туристской точки зрения коралловых островов и рифов. Вода в Аравийском море и Бенгальском заливе всегда теплая независимо от времени года.

Таким образом, большое разнообразие форм рельефа, наличие живописнейших ландшафтов, в целом благоприятный климат, огромное видовое разнообразие растительного и животного мира в сочетании с теплыми морями и песчаными пляжами, с коралловыми островами и рифами являются побудительными мотивами посещения Индии туристами разных стран мира в течение всего года.

История Индии характеризуется богатым наследием. Она неоднократно подвергалась нашествиям разных народов, которые обогащали ее культуру своими элементами. Но при этом страна сохранила свою самобытность. Это единственная страна, где до наших дней сохранилась самая первая религия древней цивилизации — индуизм.

Индия также является родиной одной из трех мировых религий — буддизма, который зародился здесь еще в VI в. до нашей эры. В стране, наряду с представителями этих религий, проживают также последователи других конфессий. Именно многоконфессиональность населения страны в значительной степени влияет на быт населения, ее культуру, архитектуру, литературу, изобразительное искусство. В результате в стране возникло много различных религиозных центров, как местного, так и международного значения, которые составляют основу религиозного и культурно-познавательного международного и внутреннего туризма.

Культурное наследие Индии является одним из самых древних и богатых в мире. Многочисленные уникальные памятники истории и архитектуры, музеи и выставки, разбросанные по всей стране, притягивают к себе многочисленных туристов. В Индии в 2017 г. в перечне объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО насчитывалось 36 объектов, из них в список по культурным критериям включено 28 объектов, по природным — 7 и по культурным и природным критериям — 1 объект. При этом 12 объектов признаны шедеврами человеческого созидающего гения, а 3 — природными феноменами или пространствами исключительной природной красоты и эстетической важности [4].

К этому надо добавить, что еще 42 объекта (на 2017 г.), расположенные на территории Индии, включены в список кандидатов всемирного наследия.

Так, в число объектов культурного наследия с 1983 г. включены пещеры Эллоры и пещеры Аджанты, расположенные в штате Махараштра.

Пещеры Эллоры представляют собой храмовый комплекс, состоящий из 34 храмов, относящихся к трем религиозным культурам: 17 индуистских, 12 буддистских и 5 джанайских храмов. В свою очередь пещеры Аджанты представляют собой в основном буддийский храмово-монастырский комплекс. Строительство храмов в этих пещерах происходило на протяжении 1 тысячелетия нашей эры. В результате удалось создать уникальное и великолепное чудо, где сохранилась настенная роспись, посвященная легендам и мифам народов Индии. Эта живопись характеризует общественную жизнь того времени во всем ее разнообразии.

Важным фактором, в значительной мере влияющим на туристскую привлекательность любой страны, является наличие и успешное функционирование социально-экономических туристских ресурсов — объектов туристской инфраструктуры.

В Индии функционирует более 1000 разного рода специализированных туристских организаций, разделенных на 5 групп: туроператоры, туристские агентства, туристские транспортные компании, агентства внутреннего туризма, агентства приключеческого туризма. Все они осуществляют деятельность, лицензированную государством. Но эти организации размещены по территории Индии очень неравномерно, что обусловлено тремя обстоятельствами:

- разной туристской привлекательностью штатов;
- численностью местного населения, являющегося основным потребителем услуг большинства туристских организаций;
- наличием в регионах соответствующей туристской инфраструктуры.

В Индии действует более 2000 отелей, среди которых 238 относятся к категории 5 звезд, 390 — 4 звезды, 887 — 3 звезды и 451 отеля — 2 звезды [3]. Но при этом необходимо иметь в виду, что чаще всего четырех- и пятизвездочные отели не соответствуют международным требованиям, предъявляемым к отелям такой категории. Соответствие международным стандартам наблюдается лишь в туристских городах Дели, Мумбай, Джайпур и т. д. [2].

Все классифицированные отели Индии принято делить на 6 категорий:

- отели высшей категории. Они расположены в больших туристских центрах и предоставляют широкий спектр туристских услуг.
- частные отели, которые в зависимости от стиля оформления делятся на национальные и европейские. В национальных отелях нет особых удобств, стоимость проживания в них ниже и они находятся в «святых местах». Для европейцев работают отели европейского

типа. Частные отели не имеют категорийной классификации;

- бюджетные отели, оправдывая свое название, относятся либо к средней ценовой категории, либо к дешевой категории;
- туристические отели, расположенные практически во всех штатах Индии, являются собственностью государственных туристских фирм;
- государственные отели предназначены для отдыха служащих. Снять в них номер можно тогда, когда он не занят чиновниками;
- молодежные отели, которых очень много на юге страны, предназначены для отдыха и относятся к низкой ценовой категории.

Кроме классифицированных отелей, в Индии также функционирует несколько десятков тысяч не классифицированных по различным причинам отелей и хостелов, имеющих государственную регистрацию. Их услугами пользуются не только отечественные, но и иностранные туристы благодаря низкой стоимости проживания. Также туристы широко пользуются возможностью проживать в домах и комнатах, специально сдаваемых местным населением, и на территории храмов и монастырей за символическую плату, а в ряде случаев — бесплатно.

Главный недостаток в размещении предприятий индустрии гостеприимства — значительные территориальные диспропорции. Так, лучшие отели находятся на курорте в Гоа, где их насчитывается 47 единиц. Кроме Гоа, достаточно хорошо обеспечены классифицированными отелями штаты Андхра-Прадеш, Гуджарат, Керала, Махараштра, Раджастан, Пенджаб, Тамилнад.

Достаточно хорошо в стране развита транспортная инфраструктура. Протяженность автомобильных дорог в Индии в 2017 г. составила 5,6 млн км — третье место в мире. Ведущую роль играет сеть федеральных дорог, связывающая все главные города и столицы штатов страны. Большинство дорог не имеет твердого покрытия. Длина железнодорожный путей составляет 64 тыс. км, по данному показателю страна находится на четвертом месте в мире. В стране насчитывается 16 тыс. км речных путей, однако речное судоходство развито недостаточно. Главные морские порты: Мумбай, Ченнаи, Kochin, Вишакхапатнам. В стране более 355 гражданских аэропортов, 250 из них — с покрытием. Аэропорты Мумбай и Нью-Дели обеспечивают более половины всего воздушного движения в Южной Азии [5].

Таким образом, не только сочетание природных и культурно-исторических туристских ресурсов, но также достаточно хорошо развитая транспортная сеть и предприятий индустрии гостеприимства, дешевые туристские услуги

и доброжелательное отношение местного населения к иностранным туристам, простота получения виз и поддержка отрасли со стороны государства, делают Индию одной из наиболее привлекательных для туристов стран мира.

Вместе с тем по уровню развития туризма, оцениваемому по количеству международных туристских прибытий, Индия значительно уступает целому ряду стран с более низким туристско-рекреационным потенциалом, например, Таиланду, Малайзии, Венгрии, Польше и другим.

Анализ факторов, влияющих на развитие туризма в Индии, показал, что наибольшие возможности в стране имеют такие виды туристского продукта, в основе которых лежат экологические, культурно-познавательные, лечебно-оздоровительные, пляжно-купальные и религиозные туры.

Библиографический список

1. Барометр международного туризма ЮНВТО. Т. 16. Январь 2018. URL: http://mf.rmat.ru/wyswyg/file/2018%20news/UNWTO_Barom18_01_January_Statistical_Annex_ru.pdf (Дата обращения: 18.03.2019).
2. Отели Индии. URL: <http://indiaway.ru/oteli-indii> (Дата обращения: 18.03.2019).
3. Рейтинг отелей Индии. URL: <https://viasun.ru/countries/india/hotels/rating/> (Дата обращения: 18.03.2019).
4. Список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО в Индии. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_объектов_всемирного_наследия_ЮНЕСКО_в_Индии (Дата обращения: 18.03.2019).
5. Транспорт в Индии. URL: ru.wikipedia.org/wiki/Транспорт_в_Индии (Дата обращения: 18.03.2019).
6. Фауна Индии. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Фауна_Индии (Дата обращения: 18.03.2019).

Л.Ю. Зубкова

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарёва

УДК 338.48:911(519)

ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ

Статья посвящена оценке туристского потенциала Республики Корея как международной туристской дестинации. Освещены виды туристской ресурсной базы. Это самобытная и аутентичная страна, обладающая большим количеством рекреационных ресурсов, которую приятно посетить в любое время года. Республика Корея обладает большим туристским потенциалом в современном мире как яркая туристская дестинация Восточно-Азиатского региона. Потенциал республики образуют уникальные природные объекты, многовековые историко-культурные объекты и традиции, а также высокоразвитая туристская инфраструктура. Это обеспечивает постоянный рост туристского потока в страну.

Ключевые слова: Республика Корея, туристский потенциал, национальная организация туризма Кореи, туристские ресурсы, туристская дестинация.

L. Y. Zubkova
Mordovian State University

PECULIARITIES OF TOURIST RESOURCES OF THE REPUBLIC OF KOREA

The article is devoted to the assessment of the tourism potential of the Republic of Korea as an international tourist destination. There are types of tourist resource base. It is a distinctive and authentic country with a large number of recreational resources, which is nice to visit at any time of the year. The Republic of Korea has a great tourist potential in the modern world as a bright tourist destination in the East Asian region. The potential of the country is formed by unique natural objects, centuries-old historical and cultural objects, traditions and also a highly developed tourist infrastructure. This ensures the constant growth of tourist flow to the country.

Keywords: Republic of Korea, tourist potential, Korea national tourism organization, tourist resources, tourist destination.

Республика Корея уникальная и самобытная страна. Особый интерес, конечно же, она вызывает у иностранных западных туристов, которым восточная культура неизвестна. Для иностранца в Корее удивительно все: национальная одежда — ханбок, корейская письменность — хангыль, традиционная кухня — хансиль, древние ремесла по изготовлению корейской бумаги — ханчжи. Музыка, танцы и даже традиционные домики «ханоки» также являются визитной карточкой Республики Корея, как туристской дестинации. В связи

с этим неудивительно, что в 2016 г. страну посетило 17,2 млн туристов, что позволило занять по данному показателю 21 место в мире и 6 место в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Учитывая большой интерес к Южной Корее со стороны иностранных туристов, предметом исследования в статье являются туристские ресурсы республики Корея. Цель исследования — рассмотреть туристские ресурсы Южной Кореи для развития разных видов туризма.

В Корее представлены несколько видов туризма. Но наиболее развитым считается именно культурно-познавательный туризм. Это обусловлено богатой историей страны и сохранившимся старинным постройкам времен древних династий, например Чосон. В исследовании популярных туристских мест Кореи 2018, проведенном национальной туристской

© Зубкова Л.Ю., 2019

Зубкова Людмила Юрьевна,
студентка 3 курса, направления подготовки «туризм»,
Национальный исследовательский Мордовский государственный
университет им. Н.П. Огарёва,
well-knownluda@mail.ru

организацией Кореи, первое место занимает Дворец Кёнбоккун. Кёнбоккун — дворцовый комплекс, расположенный на севере Сеула. Был главным и крупнейшим дворцом династии Чосон, в котором жила королевская семья, и одним из пяти больших дворцов, возведённых в период Чосон. Он был построен самым первым среди остальных дворцов Сеула, название комплекса означало «счастье и процветание нового императора». Дворец отличает огромная территория, идеально ровный порядок расположения дворцовых зданий. Войдя внутрь дворцового комплекса, один за другим можно встретить разнообразные постройки и здания, каждое из которых использовалось для различных целей, поэтому туристы оценят неспешную увлекательную прогулку по территории дворца. А если посетить Кёнбоккун в определенное время, можно стать свидетелем захватывающего зрелища — церемонии смены императорского караула.

В развитии этнографического туризма большую роль играют традиционные фольклорные деревни Республики Корея, такие как Букчхон и Хахве. Это уникальные деревни, сохранившие традиционные корейские домики — ханоки, которые соседствуют с высочайшими небоскребами городов. Букчхон — это один из старых районов Сеула, который сохранился до наших дней. Во времена Чосон эти традиционные домики с черепичной крышей принадлежали корейским дворянам — «янбанам». Фольклорная деревня Букчхон расположена по соседству с дворцами Кёнбоккун и Чхандоккун и королевской усыпальницей Чонмё. Она появилась здесь практически одновременно с основанием Сеула более чем шесть столетий назад. Дома дворян в традиционном стиле дошли до нас практически в неизменном виде. Здесь открыты Центр традиционной культуры и рестораны традиционной кухни, посетив которые, можно погрузиться в атмосферу старой Кореи [12].

Еще одним излюбленным туристским местом является Дворец Чхандоккун. Он был построен во время правления династии Чосон и был самым любимым дворцом для времяпрепровождения королей. Главной особенностью дворца Чхандоккун является прекрасное использование пространства в сочетании с окружающей природой. Не только здание и сад, но даже самые маленькие камни и каждое деревце идеально гармонируют в окружающей среде. Особого внимания заслуживает Тайный сад «Хувон» дворца Чхандоккун с его изящными постройками, павильоном, необыкновенным лотосовым прудом, камнями и деревьями. В 1997 г. дворец попал в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. По сравнению с главным

дворцом — Кёнбоккуном — Чхандоккун кажется немного более уютным и тихим [9].

Также Республика Корея располагает рядом привлекательных монументов, которые также любят посещать туристы. Среди них памятник Седжону Великому, статуя адмирала Ли Сун Син, гробница генерала Ким Юшина, статуя кита в Ульсане, статуя танца «Гангнамстайл» и т. д.

Наряду с древними памятниками, в Корее есть и новые достопримечательности. Известнейшие современные достопримечательности, например, Сеула — это 249-метровый небоскреб Юксам-Билдинг, сияющий всеми цветами радуги, мост Панпхо над рекой Ханган, президентская резиденция Чхонвадэ с крышей цвета грозового неба и интерактивный Музей оптических иллюзий с «живыми» 3D-картинами. Еще одна культовая локация — демилитаризованная зона, печальный памятник расколу полуострова. Самый наглядный его символ — это скульптурная группа с изображением двух семей, олицетворяющих Юг и Север и пытающихся соединить половинки большого шара. Основные пункты экскурсии здесь — это парк Объединения, подземный тоннель и пустующая пограничная станция [3].

В Инчхоне открыт старейший в Корее публичный музей, посвященный культуре и истории города. В Мемориальном зале хранятся материалы об Инчхонской десантной операции, а в Музее керамики — произведения гончарного искусства разных эпох. На острове Чеджудо можно полюбоваться странными статуями из застывшей лавы и погулять по охраняемому ЮНЕСКО национальному парку «Халласан». А после — прочувствовать красоту чайной церемонии в Музее зеленого чая и познакомиться с ремеслом знаменитых ныряльщиц за жемчугом в Музее хэнё. Остров Канхвадо знаменит мегалитическими дольменами, город Сувон — могучей крепостью 18 столетия, а окрестности Кёнджу — буддийским монастырем Пульгукса [3].

Для туристов, желающих познакомиться с буддийскими традициями Республики Корея, непременно заинтересует программа «Templestay», в рамках которой иностранные туристы могут пожить прямо в храме и узнать о корейском буддизме из первых рук. В расписании представлены всевозможные ритуалы, медитация, чайная церемония. Помимо памятников архитектуры, как типичных объектов туристского интереса, например, в Сеуле есть также целые улицы и кварталы, привлекающие иностранных туристов своими традиционными рынками, ресторанчиками, стритфудом, традиционными домиками, сувенирами. К ним относятся: улица Инсандон, район Хондэ, торговый район Мёндон. Именно в этих

местах можно почувствовать корейскую волну «халлю». В узком смысле k-wave — это экспорт корейских сериалов и популярной музыки за рубеж, в широком — весь современный корейский контент, включая кухню, моду, косметику, рекламу корейских брендов и т. д. Первые упоминания данного термина появились в статьях китайских журналистов в конце 1990-х годов. Сейчас данный термин является распространенным в западных источниках СМИ [4].

Благодаря своему выгодному географическому расположению Республика Корея имеет разнообразие природных ресурсов для развития международного въездного и внутреннего туризма. Государство омыается с запада Желтым морем, с востока Японским морем, а с юга — Восточно-Китайским морем и Корейским проливом. Также стоит отметить, что Южной Корее принадлежит несколько островов, наиболее крупные из которых — Чеджудо, Чедо и Коджедо. Характеризуя климат, необходимо отметить, что по типу он муссонный, сопровождающийся жарким, влажным летом и холодной, сухой зимой. Самый большой южнокорейский остров — Чеджудо был признан в 2007 году Международным фондом ЮНЕСКО «мировым заповедником природы». Он известен по всему миру своими лавовыми туннелями, также здесь находится самая высокая гора-вулкан в Южной Корее — Халласан. Его высота составляет 1947 метров. Остров обладает редкими и вымирающими на данный момент видами растений и животных. В 2011 г. на международном конкурсе под названием «New seven wonders of nature» Чеджу был признан одним из семи новых чудес природы [6].

В Южной Корее располагаются двенадцать объектов как природных, так и исторических, внесенных в список ЮНЕСКО, а также около 22 парков, имеющих статус парков национального значения, и 31 провинциальный парк [6]. Самый большой в Южной Корее национальный парк «Сораксан» занимает площадь 398 квадратных километров. На его территории располагается тридцать пиков и несколько десятков маршрутов для хайкинга разного уровня сложности и продолжительности — от нескольких часов до трех дней. Национальный парк «Одэсан» поделен на зону монастыря VII века Вольджон, где расположено множество культурных ценностей, и на зону реки Согымганг, состоящую из долин, камней причудливой формы и скал. Тропы для хайкинга ведут на пять пиков: Тондэсан (1434 метра), Дуробон (1422 метра), Санвангбон (1491 метр), Пиробон (1561 метр), Нуанбон (1338 метров). Некоторые треки открыты круглый год. Один из экстремальных, но и самых красивых маршрутов ведет в сторону Восточного моря через

скалы и утесы. Национальный парк «Пукансан» занесен в Книгу рекордов Гиннесса как «самый посещаемый национальный парк на единицу площади». Ежегодно здесь бывает более 5 миллионов посетителей. Одной из причин такой популярности является его удобное расположение, ведь он находится в пределах столицы Республики Корея.

По результатам проведенного исследования национальной организации туризма Кореи в 2018 году в ТОП-5 популярных туристских мест вошел остров Намисом. Он стал популярным местом для посещения среди иностранных туристов после появления в корейском сериале «Зимняя соната» (2002 г.). Остров появился в результате постройки дамбы Чхонпхён. Размер острова Намисом не так велик, обойти его можно и за полдня. Изюминкой данного туристского места является гармония и красота природных пейзажей вместе с красотой, созданной рукой человека. Почти в каждом уголке острова можно увидеть необычные изделия и предметы искусства из переработанного материала: дерева, стекла или пластиковых бутылок.

Большое значение для развития туризма также играет важнейшая река Ханган. Протекает через Сеул, после чего в неё впадает река Имджин. Ханган впадает в залив Канхваман на северо-востоке Жёлтого моря. По нижнему течению реки проходит граница между Республикой Корея и КНДР. Вблизи этой реки постоянно проводятся различные фестивали, по ней можно также покататься на теплоходах и небольших лодочках. Своей красотой особенно в вечернее время река притягивает тысячи туристов. Ко всему прочему, хорошо развит лечебно-оздоровительный туризм, ведь в Корее насчитывается более 70 природных горячих источников, на базе которых действуют туристские курорты и спа-центры. Одним из популярных видов туризма в Южной Корее является горный туризм. Это обусловлено тем, что около 70% страны — это горы.

Республика Корея, безусловно, относится к странам с высокоразвитой туристской инфраструктурой. Что касается транспортной инфраструктуры, то она одна из самых развитых не только в Азии, но и во всем мире. Там формируется и преобразовывается мультимодальная транспортно-логическая система, в которую входят различные виды транспортных коммуникаций и логические центры с новейшими технологиями. Это один из важных факторов в развитии туризма [6].

В Корее представлено четыре вида железнодорожного пассажирского транспорта. КХТ (Корейская скоростная железная дорога), на которой скорость пассажирских поезд-

дов достигает 300 км/ч. Поезда оборудованы всем необходимым для пассажиров: видеосистемы, система внутренней связи, автоматы с продуктами питания, отделения для багажа и туалеты. Также имеется специально оборудованный вагон для инвалидов. В шести крупных городах Южной Кореи (Сеуле, Пусане, Тэгу, Инчхоне, Кванджу и Тэджоне) есть метрополитен. Необходимо отметить то, что специально для иностранных туристов названия всех станций на картах метрополитена обозначены не только по-корейски, но и по-английски. Однако городскими автобусами иностранцам пользоваться все же трудно, так как все объявления и надписи сделаны только на корейском языке. Но, несмотря на это, в Южной Корее очень удобная автобусная транспортная схема.

В Корее очень удобная программа транспортных карт. Например, транспортные карты Korea Tour Card, Tmoney и Cashbee действуют в автобусах и метро города Сеула, городах провинции Кёнги-до и других регионов Кореи. Такие карты пользуются большой популярностью у туристов, поскольку они освобождают пассажиров от необходимости покупки одноразового билета и предоставляют скидку во время пересадки с одного вида транспорта на другой. Можно выделить несколько видов карт Tmoney: стандартные, комбинированные, изготовленные по индивидуальному заказу, эксклюзивные карты для иностранных туристов, а также мобильная версия Tmoney. Все эти карты можно использовать не только как транспортные, но и как средство для оплаты покупок в магазинах. Многофункциональная карта Korea Tour Card, помимо функций стандартной транспортной карты Tmoney, предоставляет владельцам возможность получить скидки на шопинг, посещение достопримечательностей и просмотр представлений и т.д. Другой вид карт — Cashbee — также можно использовать при оплате за проезд и для покупок в магазинах, торговых центрах и др. Карты Cashbee Jeju Pass действуют в общественном транспорте на территории острова Чечжудо, а также дают возможность получать скидки и бонусы при посещении туристических достопримечательностей и оплате покупок в магазинах беспошлинной торговли [9].

Каждый автобус имеет свой определенный цвет — желтый, синий, зеленый, красный. И это не просто так. Разделение автобусов по цветовой гамме сделано для удобства пассажиров. Желтые автобусы курсируют по центру города. Синие автобусы — в черте города. Зеленые автобусы ходят внутри каждого из районов. Красные автобусы следуют в пригороды.

Южная Корея держит один из самых крупных в мире паромных флотов. Он занимается обслуживанием прибрежных островов страны, а также осуществляет международные рейсы. Страны, связанные с Южной Кореей паромными переправами, — Япония, Китай и Россия.

Характеризуя транспорт, необходимо отметить воздушный. В стране расположено 108 аэропортов. Международный аэропорт «Инчхон» — главные воздушные ворота Южной Кореи, находится в 70 км от столицы и является одним из крупнейших аэропортов мира по показателям объема международных авиаперевозок и количества операций взлетов и посадок воздушных судов. Этот аэропорт имеет множество премий и званий «Лучший аэропорт в мире» в различных рейтингах. По версии Международного совета аэропортов, Инчхон признан лучшим гражданским аэропортом мира. Главные авиаперевозчики Южной Кореи — «Korean Air» и «Asiana Airlines» [6].

Гостиничное хозяйство также очень развито в стране. В Республике Корея представлены различные средства размещения: гостиницы, мотели, гост-хаусы, кондоминиум, возможна аренда частного жилья. Согласно международным стандартам, гостиницы в Корее классифицируются по пяти категориям в зависимости от количества звезд. В Южной Корее представлены сети отелей — как местных, так и международных: «Intercontinental», «Hyatt», «Novotel», «Renaissance», «Sheraton», «The Ritz Carlton». «BENIKEA» — это сеть корейских отелей, название которой составлено из начальных букв слогана «Best Night in Korea» («Лучшая ночь в Корее»). Сеть гостиниц «BENIKEA» находится под управлением Национальной Организации Туризма Кореи совместно с Министерством спорта и туризма Республики Корея. Сеть «BENIKEA», доступная практически в любом регионе страны, предоставляет своим клиентам самые различные варианты временного жилья. Туристу предложен большой выбор в плане размещения в Южной Корее: от дорогостоящего европейского до экономного традиционного, в зависимости от потребностей конкретного гостя [6].

Что же касается предприятий питания, то в каждом корейском городке большой выбор разнообразных точек питания. Доступности общественного питания способствует, в первую очередь, его относительная дешевизна. Однако, корейская кухня нравится далеко не всем — блюда достаточно острые и соленые. Корейские закуски «панчханы» при заказе подают бесплатно к основному блюду, и чаевые оставлять там не принято. Особенностью супермаркетов в Корее является то, что рас-



Рис. 1. Туристский автобус с фотографиями «BTS»

платившись на кассе за приобретенные продукты, вы можете сразу разогреть или приготовить еду прямо в зале супермаркета в специально отведенной зоне с кухонным оборудованием. Корейские рестораны также имеют свою особенность, при заказе мяса, вам предложат плитку, на которой вы можете самостоятельно пожарить мясо. Корейская уличная еда также далеко известна за пределами страны, она славится своей дешевизной и разнообразием вкуса. Тут можно найти и жареную курочку на шпажках, традиционную выпечку в виде рыбы, мороженое длиною в 30 см и много чего еще.

Рассматривая социально-экономические ресурсы Республики Кореи, можно также отметить наличие специально созданной инфраструктуры для развлечения туристов. К ним относятся парк развлечений «Lotte World», занесенный в «Книгу рекордов Гиннеса» как самый большой в мире тематический парк под крышей, а также крупнейший развлекательный комплекс в Южной Корее «Эверленд».

Несомненно, огромную роль в настоящее время в развитии всех видов туризма Республики Корея играет Национальная Организация Туризма Кореи (HOTK). Она была основана в 1962 г. для промоутирования и рекламы Кореи за границей, а также привлечения в страну как можно большего количества туристов. HOTK располагает 26 филиалами в разных странах мира и делает все возможное для придания Корее имиджа «лучшего места для туризма». В настоящее время при поддержке государственной политики HOTK реализует ряд программ для туристов. Среди них программа «Тэмплстэй», «Фан КореанЛэнгвидж Трип», «Проживание в традиционном доме Ханок» и т. д. [9].

Большое внимание HOTK уделяет рекламным кампаниям совместно с известными корейскими личностями, которые становятся амбассадорами туризма Кореи. В этом году им стал южнокорейский бойзбэнд «Beyond The Scene» (BTS), получивший признание по



Рис. 2. Пропуск-билет «Изучи Сеул» с фотографией «BTS»

всему миру. На их счету ряд рекордов, которые сделали их настоящей сенсацией в мире музыки. В октябре 2018 года группа получила от президента Республики Корея Мун Чжэ Ина орден «За заслуги в культуре» пятого класса за свой вклад в распространение корейской культуры по всему миру. Также группа была приглашена выступить с речью на 73-ей Генеральной Ассамблее ООН в Нью-Йорке, как члены компании #ENDVIOLENCE от ЮНИСЕФ. К настоящему времени отсняты видеоролики, рассказывающие о каждом виде туризма, представленном в стране. Данная кампания называется «I SEOUL U: live Seoul like I do». Согласно администрации города Сеула, в 2019 году они собираются продвигать совместно с «BTS» туристский автобус (рис. 1) по Сеулу с фотографиями группы, пропуск-билет «Изучи Сеул» с рекламными фото «BTS» для 100 000 туристов (рис. 2). Также «BTS» посетят церемонию открытия 100-ого национального спортивного фестиваля в Сеуле. 15 марта 2019 года стартовали продажи специального туристского билета «Изучи Сеул». Он доступен для покупки только по заграничному паспорту для туристов в Сеуле. Включает бесплатный вход в 35 разных туристских мест и скидки в 29 других мест. Один человек может купить один пропуск, который будет действовать 24 часа и стоить 39 900 корейских вон [10].

Повышение уровня узнаваемости «BTS» на одну ступень приводит к повышению количества иностранных туристов в Корее примерно на 0,45 %. Если просчитать эту тенденцию с 2013 года, когда они дебютировали, то ежегодный прирост туристов, связанный с ростом популярности «BTS», составил примерно 796 тысяч человек. Также общий экспортный эффект оценивается в 1 млрд. 117 млн. долларов. То есть, по состоянию на 2017 год на эффект от «BTS» пришлось 7,6 % общего количества иностранных туристов, 1,7 % экспорта потребительских товаров [7].

Таким образом, подводя итог, можно отметить, что все имеющиеся ресурсы Южная Ко-

рея использует для формирования туристского имиджа страны в полной мере. Вследствие своего географического положения страна имеет уникальные ландшафты, благоприятный развитию туризма климат, богатую флору и фауну. На наличие культурно-исторических ресурсов повлияла долгая история становления государства, оставившее культурное наследие. Что же касается социально-экономических ресурсов, то в этой стране они находятся исключительно на высоком уровне развития. С каждым годом под руководством государства и национальной организации туризма Кореи строятся новые здания и сооружения для туристов, создаются специальные программы, проводится грамотная информационная политика продвижения. Изучение туристских ресурсов страны и их особенностей позволяет сформировать список конкретных видов туризма, которые можно развивать на данной туристской дестинации. Уникальная восточная природа, богатое культурное наследие и развитая туристская инфраструктура при грамотной организации политики продвижения туристского продукта страны стали причиной ежегодного увеличения туристского потока. Полноценный реестр туристских ресурсов способствует разработке разнообразных туристских продуктов, дальнейшему развитию туристской деятельности в стране. При всемерной поддержке государства, грамотному маркетингу НОТК Кореи как бренда, дальнейшем привлечении влиятельных корейских личностей для промоутирования Кореи как туристской дестинации и рекламных совместных кампаний Республика Корея будет повышать с каждым годом туристских поток, а также процентную долю туризма в размере общего ВВП страны.

Библиографический список

1. Александрова, А.Ю. Международный туризм / А.Ю. Александрова. — М.: Аспект Пресс. 2002. — 470 с;
2. Биржаков М.Б. Ведение в туризм / М.Б. Биржаков. — М-СПб.: Герда, Невский фонд. 2014. — 544 с.
3. Живая энциклопедия для путешественников URL: <https://tonkosti.ru/> (Дата обращения: 28.03.2019).
4. Задворная, Е. Конструирование идентичности Республики Корея в регионе Северо-Восточная Азия / Е. Задворная // Научные ведомости. 2016. №1. — С. 184–189.
5. Зайчиков В.Т. Корея: Физико-географическое описание / В.Т. Зайчиков. — М.: Географиздат. 2005. — 478 с.
6. Кардаш А.Ю. Туристический потенциал Республики Корея / А.Ю. Кардаш // Туризм: технологии и тренды: материалы II студенческой научно-практической конференции, Екатеринбург, 20 февраля 2016 г. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2016. — С. 24–29.
7. Корейская теле-радио компания. URL: <http://world.kbs.co.kr/> (Дата обращения: 24.03.2019).
8. Кусков А.С. Основы туризма / А.С. Кусков, Ю.А. Джалаадян. — М.: КНОРУС. — 2008. — 400 с.
9. Национальная организация туризма Кореи. URL: <http://russian.visitkorea.or.kr/> (Дата обращения: 24.03.2019).
10. Открой для себя Сеул: официальный сайт приобретения билета-пропуска URL: <https://www.discoverseoulpass.com/> (Дата обращения: 24.03.2019).
11. Сенин В.С. Организация международного туризма / В.С. Сенин. — М.: Финансы и статистика. 2000. — 400 с.
12. Советы по поездке в Корею URL: <http://www.koreatriptips.com/> (Дата обращения: 28.03.2019).

Н.Д. Середа

Вологодский государственный университет

УДК 911.3

ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ КАК ДЕСТИНАЦИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА

В статье в проблемном плане раскрывается содержание делового туризма как направления туризма; анализируется Вологодская область как дестинация делового туризма; оцениваются возможности и перспективы делового туризма для развития сферы туризма региона в условиях усиления конкуренции. Констатируется, что деловой туризм имеет большой потенциал драйвера сферы туризма области, однако для занятия данной ниши следует самым существенным образом активизировать деятельность. Так, обосновывается необходимость подготовки специалистов, обращения к опыту профессионального сообщества, обсуждения темы на профессиональных мероприятиях, повышения качества услуг, а также целесообразность консолидации усилий субъектов деятельности и разработки концепции продвижения региона как дестинации делового туризма.

Ключевые слова: деловой туризм, специфика делового туризма, виды делового туризма, MICE-индустрия, значимость сферы туризма в регионах России, развитие сферы туризма в Вологодской области.

N. D. Sereda

Vologda State University

VOLOGDA REGION AS DESTINATION OF BUSINESS TOURISM

In article the content of business tourism as the directions of tourism reveals in the problem plan; the Vologda region as a destination of business tourism is analyzed; opportunities and the prospects of business tourism for development of the sphere of tourism of the region in the conditions of competition strengthening are estimated.

Keywords: business tourism, specifics of business tourism, types of business tourism, the MICE industry, the importance of the sphere of tourism in regions of Russia, development of the sphere of tourism in the Vologda region.

Представляется необходимым ещё раз констатировать большую роль туризма для социально-экономического и социокультурного развития территории, а также подчеркнуть важность развития сферы туризма, в частности, в регионах России.

Так, трудно переоценить значение мультиплекативного эффекта туризма, обусловленного его способностью благодаря инициации спроса на услуги туристской отрасли вызывать необходимость развития многих удовлетворяющих этот спрос производств на территориях. Имеются в виду не только те ор-

ганизации, существование которых обусловлено работой непосредственно с туристами (туроператоры, турагенты), но и организации, которые в той или иной степени участвуют в обслуживании туристов (цит. по Приказу Ростуризма № 69 от 18.07.2007 г.). Речь идёт о создании, расширении и модернизации инфраструктуры кластерного характера, обеспечении и сопровождении функционирования сферы туризма на территориях (материальная база, производство и обслуживание):

- средств коллективного размещения (гостиницы, мотели, хостелы, гостевые дома, дома и базы отдыха, кемпинги, туристские общежития, лагеря и т. п.);
- предприятий общественного питания (рестораны, кафе, закусочные, бары, столовые и т. п.) и кейтеринговые сервисы;

© Середа Н. Д., 2019

Середа Наталья Дмитриевна,

к. фил. н., доцент кафедры туризма и гостеприимства;
Вологодский государственный университет, г. Вологда,
natsereda@yandex.ru

- объектов социально-культурного, делового и спортивного назначения (музеи, выставочные, конгресс-центры, концертные дворцы и залы, парки и сады, зоопарки, аквапарки, стадионы, зоны отдыха, центры досуга и развлечений и т. п.);
- транспортных предприятий и сервисов (железнодорожные, автобусные, морские / речные вокзалы, аэропорты, местные авиа-предприятия, другого рода общественный транспорт, специальные автобусы для групповых экскурсий, каршеринговые сервисы и т. п.);
- объектов санаторно-курортного и лечебно-оздоровительного назначения (санатории, пансионаты, лечебницы, профилактории и т. п.);
- предприятий дорожного и мостового строительства;
- предприятий охраны природы;
- предприятий благоустройства города;
- предприятий и организаций, деятельность которых связана с реставрацией, поддержанием в порядке, строительством новых культурно-исторических объектов;
- предприятий народных промыслов и ремесел и производящих артобъекты и сувенирную продукцию, а также специальное туристское снаряжение и т. п.;
- организаций-производителей туристских услуг (туристические агентства, бюро путешествий, экскурсионные бюро, визовые центры и т. п.);
- предприятий торговли, специализирующиеся на товарах для туристов;
- различных форм сервисов (обеспечение охраны и безопасности, организация разного рода событий, праздников, фестивалей, выставок / ярмарок, конкурсов, гастролей, презентаций и других мероприятий, украшение города, экскурсионные, переводческие и т. п.);
- организаций, деятельность которых направлена на маркетинговые исследования, распространение информации и продвижение в сфере туризма (информационно-туристские центры, рекламные и ПР-агентства и т. п.).

Подчеркнём и эффект от развития туризма в регионе, который получает местное население как в виде обеспеченных органами власти субъектов Федерации повышения уровней общей и экологической безопасности жизнедеятельности и занятости, увеличения количества рабочих мест, сохранения окружающей среды и историко-культурного наследия, предоставления возможностей проведения свободного времени, расширения кругозора, выработки эстетического вкуса, познания родины, истории, культуры, быта, традиций сво-

его и других народов, так и стимулирования социальной активности и коммуникации, в том числе межкультурной.

Далее среди множества дефиниций туризма, предложенных специалистами и профессиональными сообществами, а также зафиксированными в законах и нормативных документах, изберём значимые для нашей работы.

Так, согласно сформулированной Академией туризма в Монте-Карло характеристики туризма, «это общее понятие для всех форм временного выезда людей с места постоянного жительства в оздоровительных целях, или удовлетворения познавательных интересов в свободное время или профессионально-деловых целей без занятий оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания» [цит. по: 1].

В декларации Межпарламентской конференции по туризму (Гаага, 1989) подчёркивается, что «туризм <...> включает все свободные перемещения людей от их места проживания и работы, а также сферу услуг, созданную для удовлетворения потребностей, возникающих в результате этих перемещений; <...> представляет собой вид деятельности, имеющей важнейшее значение для жизни людей и современных обществ, превратившихся в важную форму использования свободного времени отдельных лиц и основное средство межличностных связей и политических, экономических и культурных контактов» [2].

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под туризмом понимаются «временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания» [5].

К настоящему времени специалистами даны различные классификации туризма: по типам; по цели / мотиву / потребности; по времени появления; по региону путешествия; по форме организации; по способу передвижения; по численности участников; по специфичности; по характеру территорий; по продолжительности; по возрасту; по способу размещения туристов; по дальности поездки; по источникам финансирования и некоторые другие. Дискуссионными являются и сами номинации в классификациях (типы / виды / формы / направления / отрасли / секторы и др.).

Практически в каждой классификации по целям / мотивам / потребностям выделяется деловой туризм (также business tourism,

business travel, corporate travel, business trips), однако нередко даже в специальной литературе он не определяется, а описывается, при этом далеко не все дефиниции представляются адекватными современной зарубежной и отечественной практике, деловой туризм отожествляется с MICE-туризмом, нет единого мнения о его сущности и содержании услуг, существуют разногласия по его структурированию.

Безусловно, деловой туризм имеет определяющие черты (критерии) туризма как жизнедеятельности: сущностную, территориальную, временную, мотивационно-потребностную.

Так, деловой туризм имеет производителей услуг и их потребителей (субъект и объект, но субъектом может выступать как профессиональный туристский сервис, так и соответствующее подразделение в организации, многие виды деятельности не требует привлечения посредников); наделен признаками (назначение, цена, длительность и т. п.); использует регуляторы (страхование, меры безопасности и т. п.); зависит от инфраструктуры туризма в месте пребывания (средства размещения, транспорта, общественного питания и др.); ему присуще перемещение лица за границы места постоянного проживания; временный характер выезда (обязательно более чем на 24 часа (overnight visitors, «ночующий посетитель»), но всё время пребывания является дискуссионным вопросом); отсутствие оплаты деятельности / получения дохода в месте временного пребывания (есть исключения); поездки в рамках любого направления делового туризма могут быть и индивидуальными, и групповыми; целеполагание (служебные / профессиональные потребности или иная связь с трудовой деятельностью, например, поощрение работников организацией отпуска, а также смешанные цели).

Как видим, практически по каждому приведённому критерию есть оговорки. Кроме того, укажем на такую важную особенность делового туризма, как приоритет конкретных деловых или в широком смысле корпоративных целей над собственно туристскими — как результат преимущественной инициации руководителями организации; возмещения затрат за счёт её бюджета; обусловленность корпоративными задачами; отсутствие учёта индивидуальных предпочтений и личных желаний (однако вышеуказанное не абсолютно обязательно и неизменно, поскольку в современных условиях специалистами фиксируется готовность людей по собственному желанию самостоятельно платить за повышение уровня актуальных компетенций, перенима-

ние опыта и т. д.); спецификой деловых поездок является и то обстоятельство, что они не строго регламентированы по времени трудовой деятельности, могут происходить одновременно в рабочее и в обычно свободное от трудовой деятельности время. Это объясняет использование в зарубежных исследованиях терминов business / corporate travel / trips, а не tourism.

В рамках делового туризма специалисты определяют его виды (ниже изложено на основе зарубежных и отечественных источников по теме как синтез точек зрения, однако отметим, что видовое членение также является не только проблемным, но и в ряде моментов противоречивым с позиции осмысления как теоретиками, так и профессиональным сообществом, в первую очередь UNWTO, а также согласно нормативно-правовой регламентации и практики)¹:

- туризм по работе — командировки в иные районы / регионы / страны лиц, выполняющих в месте временного пребывания свои обычные служебные или профессиональные обязанности (члены официальных делегаций, дипломатические работники, журналисты, консультанты, менеджеры туроператоров, наладчики оборудования и др., кроме работающих на постоянной основе); лиц, трудовая деятельность которых по своему содержанию имеет разъездной характер и вследствие этого осуществляется на регулярной основе: члены экипажей транспортных средств, водители грузовых автомобилей и автобусов на межтерриториальных маршрутах длительностью более 24 часов, экскурсоводы, сопровождающие туристические группы, коммерческие агенты и др.; а также поездки на гастроли, соревнования, олимпиады, состязания разного рода;

- ознакомительный туризм (familiarization tourism, FAM tourism, FAM trip, ФАМ-туризм, информационный туризм, рекламный туризм, фам-трип) — поездки в иные районы / регионы / страны, организованные для менеджеров, блогеров, представителей средств массовой информации и коммуникации, турагентств и т. п. лиц в интересах продвижения продукта, дестинации и т. д.;

- корпоративный туризм — поездки в иные районы / регионы / страны для участия в переговорах, производственных совещаниях и семинарах, встречах, собраниях акционеров и другого рода корпоративных мероприятий, а также организация собственных

¹ Командировка не путешествие: Министерство культуры ответило на вопросы бизнеса [Электронный ресурс]; информационный портал «Турпомощь» — URL: <http://www.tourpom.ru/news/komandirovka-nie-puteshiestvie>

такого рода мероприятий в интересах организации / предприятия в иных районах / регионах / странах;

- конгрессно-выставочный туризм — поездки в районы / регионы / страны для участия в конгрессах, симпозиумах, форумах, съездах, ассамблеях, слётах, конференциях, выставках, ярмарках, торговых шоу, салонах, мастер-классах, презентациях и т. п. мероприятиях, в настоящее время для повышения интереса к объекту часто организуются конкретичные мероприятия;

- поощрительный туризм (инсентив-туризм) — поездки, организуемые в качестве поощрения работников, в иные районы / регионы / страны на отдых (часто организуются и для семьи работника) или соединяющие отдых и деятельность, включающие различного рода программы и мероприятия, направленные на повышение уровня их компетенций; обучение / развитие, а также поездки для формирование мотивации, лояльности партнеров и др.

Последние три вида как требующие особых качества услуг, инфраструктуры и движения закономерно выделяются как MICE-туризм. Этот термин основан на англоязычной аббревиатуре (акрониме) MICE, однако трактуемой специалистами в ряде моментов несколько различно: Meetings — встречи; Incentives — поощрения; Conferences / Conventions — конференции / конвенция (согласие), то есть мероприятия, ориентированные на обмен мнениями и достижение гармонии; Exhibitions / Events — выставки, выступления, события и т. п. мероприятия, направленные на демонстрацию / показ. Обеспечивает такого рода действия MICE-индустрия (также MICE industry, Meeting industry, индустрия встреч)² как часть индустрии туризма, сегмент рынка услуг B2B.

Таким образом, нельзя не согласиться с авторами [см., к примеру: 12], которые полагают, что с методологической точки зрения специфика делового туризма и как понятийной категории, и как сектора туристской индустрии ещё недостаточно осмыслена в теоретическом плане, имеется много амбивалентных моментов, что затрудняет процесс исследования его функционирования, может стать причиной ошибок в его организации и реализации потенциала.

Можно утверждать, что в современном мире в состоянии роста сферы туризма во-

обще такое направление, как деловой туризм, получает новые импульсы развития. В России MICE-индустрия начала формироваться в 1990-е годы, получила содействие на государственном уровне, к настоящему времени сложилась в полноценный сектор сферы туризма, что подтверждает достаточно сформированная инфраструктура туризма вообще и MICE-туризма, в частности; энергичное функционирование общественных организаций и ассоциаций в сфере делового туризма, поддерживающих связи с зарубежными; постоянно увеличивающееся количество организаций, предлагающих услуги подобного рода, и потребителей, систематически пользующихся данным сервисом [10]. Специалисты уверенно прогнозируют активное развитие всех видов делового туризма в нашей стране.

Анализ потенциала делового туризма регионов России показал, что многие из них имеет неплохие возможности для проведения MICE-мероприятий и опыт их проведения, в связи с этим результативное развитие получат только те дестинации, которые сформируют конкурентные преимущества в сфере делового туризма и MICE-индустрии. Следует оценить Вологодскую область как дестинацию делового туризма с учётом того, что для этого вида туризма характерны особые и особенно строгие требования потребителей к уровню менеджмента сферы туризма территории, информационного и коммуникационного сопровождения, качества сервиса, обеспечению безопасности и комфорта, экологичности, транспортной доступности, а также запрос на уникальность и привлекательность территории, разнообразие объектов размещения и питания, делового, культурного, спортивного, оздоровительного назначения, ценность и полезность мероприятий и событий и т. п.

Автор данной статьи уже неоднократно констатировал, что с начала 2000-х годов сфере туризма в Вологодской области уделяется особое внимание как одному из приоритетных направлений социально-экономического развития региона с целью организации благоприятных условий, значимых для динамичного её развития и целесообразного применения туристского потенциала, к настоящему времени в целом сформирована нормативно-правовая база, прямо и косвенно регулирующая туристскую отрасль на уровне субъекта Федерации. Результатом закономерно стал ежегодный рост основных показателей её функционирования (вклад в ВВП региона, туристско-рекреационные кластеры, занятость в данной сфере, туристский поток, количество объектов показа, коллективных средств размещения, питания, другие).

² Термин «MICE industry» в основном используется корпоративными покупателями (corporate buyers), в то время как определенная часть продавцов данного рода услуг (suppliers) предпочитают употреблять термин «индустрия встреч» («Meeting industry») — см. подробнее: <https://www.scienceforum.ru/2018/3069/2796>

Так, растёт туристский поток в регион: в 2017 году составил 2,85 млн. посетителей, увеличился по сравнению с 2016 годом на 1,4%; по прогнозу, в 2018 году ожидается около 3 миллионов (см.: <https://ria.ru/20180218/1514855685>. <https://tass.ru/obschestvo/5501505>), в то время как, к примеру, в 2006 году регион посетили 1,1 миллиона человек). Постоянно расширяется спектр предложений по разным видам туризма, реализуются как традиционные для региона, так и новые программы культурно-познавательного, событийного, экологического, религиозного, гастрономического, сельского, промышленного, этнографического, усадебного, детского, водного и некоторых других [здесь и далее 8].

В муниципальных образованиях области было открыто 60 новых объектов туристской индустрии, создано 50 новых туристских маршрутов (2016 год — 230 маршрутов). Наряду с совершенствованием традиционных туристских проектов, с 2013 года регион участвует в проекте «Узоры городов России», объединяющем культурно-познавательные туристические маршруты семи областей страны в единый межрегиональный маршрут; с 2015 года — в федеральном проекте «Русские усадьбы», реализуемый по инициативе Министерства культуры; в начале 2018 года Вологда и Великий Устюг вошли в национальный проект «Серебряное ожерелье России», активно готовятся новые туристские продукты для этого проекта; началась подготовка к включению в новый федеральный проект «Сказочная Россия» для внутреннего и международного туризма, столицей которой будет Великий Устюг.

Согласно ориентации региона на кластерный подход как действенный организационно-экономический инструмент и в связи с созданием на федеральном уровне механизмов, позволяющих поддерживать региональные инициативы в этой области, в том числе по софинансированию проектов, образованы и развиваются несколько туристско-рекреационных кластеров, идёт подготовка организации новых.

Подчеркнём постоянную и эффективную, особенно в последние два года, деятельность, направленную на совершенствование информационного обеспечения сферы туризма региона. Так, активно действует Туристско-информационный центр области (в 2016 году он вошел в перечень лидеров рейтинга Туристско-информационных центров, составленного на конкурсе Центров на Санкт-Петербургском международном культурном форуме), туристско-информационные

центры, службы, офисы и пункты в городах региона. В городах особого туристского интереса продолжается формирование системы ориентирующей информации.

В сфера туризма области также актуализирован наиболее перспективный инструмент продвижения — ресурсы Интернета: поисковые запросы направляют сразу на несколько интернет-ресурсов с тематикой культуры и туризма и представительства в социальных сетях. Специализированным является курируемый ТИЦем Портал о туризме «Открой для себя Вологодскую область!» — единый блок информации на русском и английском языках об отдыхе и туризме в регионе: его направлениях и видах, достопримечательностях, маршрутах, местах размещения, питания и др. (в 2017 году получил Диплом победителя в номинации «Лучший территориальный туристский портал» профессионального открытого конкурса проектов в области создания, развития и продвижения веб-порталов «Лучший туристский портал / Superior Tourism Portal». Созданы интересные мультимедийные продукты, среди них особо отметим мобильное приложение «Гид по Вологодской области» (удостоено премии в номинации «Лучший мобильный путеводитель по версии Map.Guide Smart&Go to Russia – 2016»); первый из серии аудиогидов для автотуристов — «От Вологды до Онеги» (совместно с журналом National Geographic Traveler); виртуальную карту «По дорогам Вологодчины», а также представленные на порталах Департамента культуры и туризма виртуальные путешествия по краю.

В интересах результативного продвижения сферы туризма в муниципальных образованиях разработаны 39 туристских брендов и проектов (однако проведенное исследование выявило ряд значимых проблем: низкий уровень узнаваемости; отсутствие уникального предложения; отсутствие четкого определения целевой аудитории; не отражающее сложившееся представление о территории внешних аудиторий позиционирование; неудачный визуально-графический стиль; необоснованный рестайлинг и др.).

Зафиксируем и такие значимые для делового туризма показатели, как выгодное расположение региона на севере Европейской части России, хорошую доступность к крупным городам (автомобильный, железнодорожный, воздушный, речной транспорт), а также высокий уровень безопасности. Что касается критерия экологичности, то, с одной стороны, регион в общественном мнении приобрел статус одного из лучших мест в стране для рекреации, в частности, для экологического туризма (в 2016 году по итогам инициирован-

ного журналом «National Geographic Traveler» голосования область названа лучшим местом в России для экологического туризма и получила премию «National Geographic Traveler Awards»), с другой — сложно игнорировать «грязные» города Череповец и Сокол.

При характеристике факторов интереса потребителей и привлекательности региона как дестинации делового туризма в качестве объектов показа при проведении экскурсий также следует обозначить культурно-историческое наследие.

Подчеркнём, что Вологодская область обладает богатым, в том числе уникальным, историческим и культурным наследием [здесь и далее 6]. Не будет преувеличением метафора «Вологодчина — маленькая Россия» (кстати, иностранным туристам может быть в особенности интересно первое место среди всех регионов страны по численности русских в регионе — около 97 % среди всего населения); можно назвать её регионом-музеем: историко-культурные ресурсы насчитывают более трех с половиной тысяч объектов культурного наследия, на территории области находится 759 памятников истории и культуры. Архитектурный облик многих её старинных городов имеет ярко выраженный «русский стиль», в них сохранились памятники каменного и деревянного зодчества. В связи с этим ряд населенных пунктов области внесен в Список исторических городов и населенных мест России. Привлекательными объектами культурного наследия в области являются также древнейшие и древние монастыри и храмы. Здесь расположен один из пятнадцати российских архитектурных объектов из Списка всемирного культурного наследия: ансамбль Ферапонтова монастыря с росписями Дионисия. Памятники деревянного зодчества в городах области уникальны: так, в Вологде есть образцы многообразной стилевой палитры — от классицизма до модерна.

Вологодская область также один из центров народных промыслов и ремесел России, известна кружевоплетением, вышивкой и ткачеством, чернением по серебру, финифтью и эмалью, различными техниками росписи и резьбы по дереву и берёсте, художественной обработкой металла и ковкой, «морозом по жести» и др. В регионе действуют 19 центров традиционной народной культуры, функционируют более 40 музеиных объединений и учреждений музейной направленности, представляющих посетителям региона его природное, историческое и культурное наследие.

Многие места региона связаны с известными людьми России: правителями Иваном Грозным, Петром Великим и другими; святыми

Кириллом Белозерским, Ферапонтом, Павлом Обнорским, Игнатием Брянчаниновым; землепроходцами Е.П. Хабаровым и С.И. Дежнёвым; исследователем Аляски и Калифорнии И.А. Кусковым; меценатом, учредителем одного из первых отечественных фондов в поддержку науки — общественной организации учёных для содействия научному и техническому прогрессу Х.С. Леденцовым, которого называют «русским Нобелем»; учёным и организатором молочного производства Н.В. Верещагиным; художником В.В. Верещагиным; поэтами К.Н. Батюшковым, Н.А. Клюевым, С.А. Есениным, Игорем-Северянином, Н.М. Рубцовым и другими, писателями А.И. Куприным, В.А. Гиляровским, В.Т. Шаламовым, В.Ф. Тендряковым, В.И. Беловым и другими, композитором В.А. Гаврилиным; полководцем И.С. Коневым; авиаконструкторами А.Ф. Можайским, С.В. Ильюшиным; многими-многими другими.

В качестве центров делового туризма и с точки зрения практики, и с позиции перспектив целесообразно рассмотреть два крупных города: Вологду и Череповец.

Города находятся между двух столиц, можно добраться по автодорогам федерального значения: Вологда — в 465 километрах от Москвы и 658 километрах от Санкт-Петербурга, Череповец — в 580 километрах (через Вологду) или в 450 километрах (через Рыбинск) от Москвы и 537 километрах от Санкт-Петербурга, а также по железной дороге (несколько комфортабельных поездов в сутки); Вологодское авиапредприятие и авиапредприятие «Северсталь» осуществляют авиарейсы, связывающие их с обеими столицами и некоторыми российскими и зарубежными городами; в Череповце расположен крупный речной порт.

Подчеркнём, что оба города и сами являются значимыми туристическими центрами, и рядом с ними располагаются места, интересные для включения в туристский продукт делового туризма [здесь и далее 6].

К примеру, Вологда (известна с 1147 года) по праву входит в число городов, обладающих особым ценным культурным наследием, включена в Список исторических поселений России. Её называют «музеем под открытым небом»: в городе насчитывается более 190 памятников архитектуры и истории федерального значения, самые значимые среди них Вологодский кремль (XVI век) с экспозициями Вологодского музея-заповедника, Софийский собор (XVI век) и его колокольня и другие городские храмы, Спасо-Прилуцкий монастырь (XIV век), деревянная жилая застройка. Интерес представляют многие музеи: Дом-музей

Петра I, музей-квартира К.Н. Батюшкова, Музей кружева, Музей «Вологодская ссылка» и другие, а также Архитектурно-этнографический музей региона «Семёново».

Рядом с Вологдой расположены несколько ключевых культурно-исторических достопримечательностей региона, например, города, также включенные в Список исторических поселений России: около 215 километров до Белозерска — одного из древнейших городов России, упомянутого уже в «Повести временных лет» в 862 году, участвовавшего в привозе варягов; 215 километров до Тотьмы — города, основанного в начале XII столетия, сохранившего планировку и старинную храмовую и гражданскую застройку, в том числе в уникальном стиле «тотемское барокко», родиной знаменитых российских землепроходцев и мореходов; примерно 130 километров до возведенного в конце XIV века Кириллова и Кирилло-Белозерского и Ферапонтова монастырей. Достойными объектами показа являются и находящиеся в 30 километрах остров в Кубенском озере с возведенным в XIII столетии Спасо-Каменным монастырём; примерно в 100 километрах старинное русское село Сизьма, известное с XV века; в 28 километрах образец усадебной архитектуры начала XIX века — имение дворянского рода Брянчаниновых.

Череповец (монастырское поселение основано в конце XIV века учениками преподобного Сергия Радонежского Афанасием и Феодосием, статус города получен в 1777 году по Указу императрицы Екатерины II) также включён в Список исторических поселений России. В городе подготовлено для посетителей несколько объектов, среди них: мемориальный Дом-музей семьи Верещагиных с подлинными работами знаменитого художника Василия Верещагина; памятник провинциальной культуры начала XIX века историко-этнографический музей «Усадьба Гальских», один из примеров сохранения в городской среде не только дома, а всей системы хозяйственных построек, а также ландшафтного устройства; музей «Центр металлургической промышленности» — первый и единственный в стране комплекс, посвященный истории и современности металлургической отрасли; другие.

Город находится недалеко от значимых объектов показа: до Вологды 126 километров; до Белозерска — 115; до Устюжны, основанного в середине XIII века города из Списка исторических поселений России, — примерно 130; до Сизьмы — 80, до деревни Владимировки с единственным в стране Литературным музеем поэта Серебряного века Игоря-Северянина (в доме его родных, где он бывал) — около 40.

Представляется необходимой также оценка инфраструктуры размещения и питания в Вологде и Череповце, в связи с этим обратимся к данным Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области [здесь и далее 11].

В целом можно определенно говорить о весьма активном развитии в последние годы гостиничного бизнеса в целом в регионе и, в частности, в Вологде и Череповце. К настоящему времени количество средств коллективного размещения значительно увеличилось, более разнообразными стали представленные их виды: так, в Вологде работают около 50 средств коллективного размещения, из них около 40 — гостиницы и аналогичные средства размещения, другие — специализированные, общий номерной фонд насчитывает около 1 300 единиц, количество мест / коек — более 2 700; в Череповце функционирует 45 средств размещения, из них 24 — гостиницы и аналогичные средства размещения, другие — специализированные, общий номерной фонд — более тысячи единиц, количество мест / коек — более двух тысяч.

Однако количество коллективных средств размещения далеко не достаточный показатель, они должны отвечать запросам потребителей услуг делового туризма. Проведенные экспертные интервью позволяют фиксировать наличие ряда серьезных проблем в сфере гостеприимства региона, среди которых низкий уровень качества услуг, обусловленный низким уровнем квалификации персонала; экспертный прогноз результатов предстоящей обязательной классификации средств коллективного размещения: не будет ни одного с уровнем выше трёх «звезд»; огромный разрыв между требованиями в сфере делового туризма и предлагаемым гостиничным продуктом: неоднородность номерного фонда, что приводит к ситуации невозможности предоставления номеров одного уровня при большой численности участников мероприятий, только в немногих средствах размещения есть условия для выполнения служебных обязанностей, имеется нужная структура, наличествуют необходимые средства связи, обеспечивается качество коммуникации во всём требуемом разнообразии, существует возможность получения иных услуг. Следует отметить, что большинство из данных параметров не предусмотрены в государственной системе классификации, поскольку она ориентирована на среднестатистического путешественника и не учитывает запросы делового туризма.

Что касается средств общественного питания, то в Вологде находится более 230 ресторанов, баров, кафе с общим числом мест более

15 тысяч и около 130 столовых и закусочных с общим числом мест около трёх с половиной тысяч; в Череповце действуют более 250 ресторанов, баров, кафе с общим числом мест около 14 400 и 150 столовых и закусочных, число мест в которых составляет более 4 400.

Далее укажем площадки MICE-индустрии для мероприятий делового туризма.

В Вологде образованы специализированные площадки: выставочный комплекс «Русский Дом» и «Вологда EXPO», оснащенные необходимым оборудованием Дворец спорта «Вологда» и Дворец культуры Подшипникового завода, а также подготовленные площадки под открытым небом: комплекс «Вологодская слобода», зоны на Кремлевской площади и площади Революции; крупные гостиницы организовали конференц-залы: в «Спасской» — на 80 человек, «Вологде» — на 60, «Николаевском» и «Атриуме» — на 20 и некоторых других; кроме того конференц-залы предоставляют некоторые организации и учреждения, среди них Вологодская торгово-промышленная палата, Вологодский государственный университет, областной колледж искусств, областная государственная филармония, «Киноцентр Вологда», художественная галерея «Красный угол» и другие. В Череповце для проведения мероприятий делового туризма есть всё необходимое в спортивно-концертном зале «Алмаз», Дворце металлургов, «Ледовом дворце», а также Дворце культуры «Строитель» и Дворце химиков; подготовленные зоны на площадях города; подготовлены конференц-залы в отелях: «Green Hall» (два зала общей вместимостью 150 человек), «Арм Премьер» (80), «Северные зори» и «Престиж» (70), «Металлург» (50), «Ампари» (20) и некоторых других; кроме того конференц-залы предоставляют организации и учреждения, к примеру, Индустриальный парк «Череповец», НП «Агентство городского Развития», Филармоническое собрание.

Один из интенсивно развивающихся видов туризма в регионе — событийный, именно он стал ключевым стимулом развития данной сферы, отчетливо повысив уровень туристской привлекательности территории. Календарь бизнес-, культурных, спортивных событий региона обширен и постоянно пополняется праздниками, фестивалями, конкурсами и другими мероприятиями подобного рода.

В том числе в Вологде и Череповце организуется немало мероприятий делового и, в частности, MICE-туризма; назовём крупные только международного уровня. Это Всемирный конгресс экслибриса, состоявшийся в 2016 году (130 иностранных участников из 16 стран мира и более 100 российских деяте-

лей культуры из 12 регионов); театральный фестиваль «Голоса истории», проводится раз в два года с 1991 года; конкурс исполнителей на народных инструментах «Кубок Севера», с разной периодичностью с 1992 года; музыкальный Гаврилинский фестиваль, с разной периодичностью с 1999 года; выставка-ярмарка «Российский лес», ежегодно с 2000 года; фестиваль джаза, блюза и этнической музыки «Блюз на веранде», ежегодно с 2003 года; фестиваль молодого европейского кино «Voices», ежегодно с 2010 года; фестиваль кружева «Vita Lace», раз в три года с 2011 года; фестиваль «Город ремесел», ежегодно с 2014 года; литературный фестиваль «Плюсовая поэзия», ежегодно с 2007 года; юношеский музыкальный конкурс имени В.А. Гаврилина, ежегодно с 2010 года; конкурс исполнителей на духовых и ударных инструментах «Северная рапсодия», ежегодно с 2016 года; новое и актуальное мероприятие делового туризма (впервые состоялось в 2017 году, будет проводиться ежегодно) — Череповецкий международный промышленный форум, посвященный выработке стратегических решений, направленных на развитие инвестиционного потенциала территорий, промышленности и сотрудничества в бизнес-сфере, обсуждение вопросов девелопмента и поиск разрешения проблем. Также в этих городах каждый год проходит много форумов, фестивалей, выставок, ярмарок, конкурсов и других подобного рода мероприятий межрегионального и областного уровней.

Следует подчеркнуть, что субъектами мероприятий делового туризма в регионе выступают преимущественно органы государственного управления в виде соответствующих Департаментов Правительства области и муниципалитеты; организации, заинтересованные в сотрудничестве и популяризации своего продукта, услуг и технологий, а также деятельность которых направлена на содействие развитию бизнеса и поддержку предпринимательства; при этом в регионе нет позиционирующих себя в качестве профильных туроператоров, лишь несколько турагентств предлагают немногочисленные программы инсентив-туризма.

Можно констатировать выгодное расположение, многообразную транспортную доступность к крупным городам региона, уверенный менеджмент сферы туризма, условия экономической и социальной стабильности, разнообразный туристский продукт, сформированный на основе богатых культурно-исторических и природных ресурсов, многолетнюю успешную практику туризма в целом и мероприятий делового туризма, в частности,

в целом сформированную инфраструктуру туризма области, хороший опыт их информационно-коммуникационного сопровождения.

Приведём комплиментарный для региона результат всероссийского рейтинга Министерства культуры РФ, подготовленного в рамках осуществления Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на период до 2020 года и носящего официальный характер. На предмет развития сферы туризма анализировались 85 субъектов Федерации по системе показателей, разработанной Министерством культуры РФ с экспертным и бизнес-сообществом и специалистами Московского государственного университета. Вологодская область заняла высокое 8 место, войдя в группу «Регионы с высокими показателями развития туризма» [9].

Однако нельзя игнорировать и другие исследования, согласно которым сфера туризма Вологодской области в ситуации острой конкуренции с другими регионами страны выглядит не столь убедительно. Так, Центр информационных коммуникаций «Рейтинг» вместе с журналом «Отдых в России» провел исследование туристической привлекательности регионов России, их туристическому потенциалу, известности и признания среди отечественных и иностранных туристов. Были сформулированы показатели, данные для которых можно получить из анализа ведомственной статистики и открытых источников за 2016 год³. В исследовании также учитывались мнения и оценки представителей экспертного сообщества — в данном случае специалистов медиагруппы «Отдых в России», в которую входят информационные порталы «Российский туризм» и «Инвестиции в туризм», журнал и сайт о внутреннем и въездном туризме «Отдых в России», журнал и интернет-портал для англоязычной аудитории «Tourism & Leisure in Russia». В свою очередь журналистами медиагруппы «Отдых в России» были проинтервьюированы представители сферы туризма и органов государственного управления, которые охарактеризовали основные тенденции отрасли, оценили наиболее значимые проекты, проанализировали вызовы, определили ориентиры для более динамичного развития сферы туризма. Согласно данному исследованию, Вологодская область

находится во второй группе рейтинга (регионы, занявшие с 21-й по 69-ю позиции), получив 49 место из 85 проанализированных [7], то есть ниже середины списка.

Представляется, что условия уже напряженной и всё более усиливающейся конкуренции в сфере туризма России ставят перед необходимостью, продолжая развитие сферы туризма Вологодской области, чётко определять её точки роста, поскольку эффективность деятельности зависит далеко не только от улучшения инфраструктуры, а от полноты предложения, то есть очень важна адекватность ответа на новые факторы, точность реакции субъектов на динамику предпочтений потребителей, имеющих первостепенное значение в характере спроса.

Сегодня сложилась благоприятная ситуация: с одной стороны, специалисты отмечают востребованность делового туризма и MICE-индустрии в мире [см., к примеру: 1] и прогнозируют её активное развитие в России [см., к примеру: 3], с другой — фиксируют интерес к российской провинции, в то время как в нашей стране деловой туризм сосредоточен преимущественно в столицах и нескольких крупных городах. Тем не менее, несмотря на многолетнюю успешную практику, в настоящее время деловой туризм и MICE-индустрия в регионе не рассматриваются в качестве важного направления развития соответствующей сферы: причём, ранее в «Стратегии развития сферы туризма Вологодской области до 2020 года» деловой туризм обосновывался как один из перспективных, были проанализированы проблемы и барьеры, намечены пути и названы центры его развития, в «Стратегии социально-экономического развития Вологодской области на период до 2030 года», упразднившей все отраслевые Стратегии, он таковым уже не определяется.

Однако, с большой долей вероятности можно утверждать, что осознанная организация дестинации в Вологодской области делового туризма и компетентное позиционирование в качестве таковой будет содействовать как повышению уровня её конкурентоспособности на отечественном рынке туризма, так и накапливанию капитализации региона в международной системе деловой коммуникации. Так же развитие делового туризма в целом и особенно такой его составляющей, как инсентив-туризм, эффективное значение которого работодателями в России ещё недостаточно оценено и применяется, окажет позитивное влияние на многие социально-экономические отрасли региона и инвестиционную привлекательность, способствуя и преодолению сезонности туризма.

³ Данные для определения места региона по критериям 1–5 и 7 получены из материалов Федеральной службы государственной статистики; по критерию 6 — Единого государственного реестра объектов культурного наследия; по критерию 8 предоставлены Министерством внутренних дел РФ. по критерию 9 рассчитывалось по количеству запросов за год в поисковой системе Яндекс по ключевым словам: «Отдых в + наименование региона»; по критерию 10 — по количеству публикаций в СМИ, в том числе на индексируемых новостных ресурсах, по ключевым словам: «Туризм в + наименование региона».

Следовательно, деловой туризм в Вологодской области имеет обоснованный потенциал драйвера сферы туризма, но для занятия этой ниши рынка в условиях острой конкуренции регионов следует самым существенным образом активизировать деятельность. В связи с этим уже высказанное выше суждение об острой необходимости повышения качества услуг нужно дополнить важной задачей разработки концепции продвижения региона как дестинации делового туризма (в настоящее время деловой туризм не отмечен даже на Портале о туризме «Открой для себя Вологодскую область!»). Надлежит также осуществить консолидацию усилий субъектов деятельности (к примеру, создать единые пакет услуг и календарь событий). Необходимо предусмотреть включение образовательных программ по формированию делового туризма и MICE-индустрии в предложения Центров повышения квалификации специалистов региона. Целесообразно обсудить эту тему на профессиональном мероприятии — межрегиональной выставке туристского сервиса и технологий гостеприимства «Ворота Севера», ежегодно организуемом в нашей области. Также требуется обращение к опыту профессионального сообщества, в первую очередь Ассоциации бизнес-туризма (АБТ-АСТЕ Russia), деятельность которой направлена на продвижение и защиту интересов российского рынка делового туризма, содействие профессиональному развитию специалистов в сфере бизнес-тревел и MICE-индустрии, и Ассоциации «Национальное конгресс-бюро», целью которой является развитие национальной MICE-индустрии и привлечение деловых событий в страну.

Библиографический список

1. Special-research: business-travel-research, 2011 [Электронный ресурс]: The World Travel & Tourism Council (Всемирный совет по путешествиям и туризму). — URL: <http://www.wttc.org/>
2. Гаагская декларация межпарламентской конференции по туризму 1989 г. (вместе с «Конкретными выводами и рекомендациями» от 10.04.1989 г. [Электронный ресурс]: КонсультантПлюс: справ.-правовая система / Компания «КонсультантПлюс». — URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=INT&n=16520#07794369071998968>

3. Деловой туризм расцветает в кризис [Электронный ресурс]: сайт Независимой газеты. — URL: http://www.ng.ru/economics/2016-09-23/4_tourism.html ; Как изменился рынок MICE в России. Тренды, страны, города [Электронный ресурс]: сайт Ассоциации Туроператоров (АТОР). — URL: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/42267.html>

4. Дурович, А.П. Организация туризма [Текст] / А.П. Дурович. — Санкт-Петербург: Питер, 2009. — 320 с. — С. 11.

5. Об основах туристской деятельности: ФЗ от 24.11.1996 г. №123-ФЗ, ред. от 29.06.2015 г. [Электронный ресурс]: КонсультантПлюс: справ.-правовая система / Компания «КонсультантПлюс». — URL: http://www.consultant.ru/cons/document/cons_doc_LAW_12462/

6. По материалам официальных сайтов: Культура в Вологодской области [Электронный ресурс]: информац. портал. — URL: <http://cultinfo.ru/> ; Туристско-информационный центр Вологодской области [Электронный ресурс]: информац. портал. — URL: <http://volgdatourinfo.ru/>

7. Проект «Национальный туристический рейтинг» [Электронный ресурс]: Центр информационных коммуникаций «Рейтинг». — URL: <http://russia-rating.ru/info/13018.html>

8. Публичный доклад о результатах деятельности Департамента культуры и туризма Правительства Вологодской области за 2017 год [Электронный ресурс]: Департамент культуры и туризма Вологодской области. — URL: <http://depcult.gov35.ru/vedomstvennaya-informatsiya/ofitsialnye-vystupleniya/>

9. Рейтинг субъектов Российской Федерации по развитию туризма [Электронный ресурс]: Министерство культуры РФ. — URL: https://www.mkrf.ru/press/news/reyting-subektov-rossiyskoy-federatsii-porazvitiyu20171006160552/?phrase_id=2193337

10. Сарапкин Ю.А. Мировой и российский рынок делового туризма: проблемы, тенденции и перспективы развития [Электронный ресурс]: Федеральный справочник / Ю.А. Сарапкин. — URL: <http://federalbook.ru/news/analytics/8.06.2010.html>

11. Туризм в Вологодской области. 2017: статист. сборник. — Вологда: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Вологодской области, 2017. — 100 с.

12. Чимитдоржиева, О.Г. Деловой туризм [Электронный ресурс]: методологические аспекты / О.Г. Чимитдоржиева. — URL: http://oregiet.ru/docs/2_12_10chim.pdf ; Смагина, Н.Н. Международное бизнес-взаимодействие в современных условиях глобализации мировой экономики [Текст]: дисс. кандидата экон. наук / Н.Н. Смагина. — Ростов-на-Дону, 2015.

С.Э. Мышлявцева, В.В. Ланин

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 316.334.2

ОЦЕНКА ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРЕСА К ТУРИСТСКИМ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЯМ ПЕРМСКОГО КРАЯ

В статье представлены промежуточные результаты анализа поисковых запросов туристских достопримечательностей Пермского края. Анализ проводится по 120 объектам. Проведено сравнение результатов трех периодов летнего, зимнего и весеннего. В результате ранжирования числа запросов все туристские объекты были разделены на 4 группы, а также составлен общий рейтинг объектов. Число запросов по самому популярному объекту, Кунгурской ледяной пещере, составило 49,9 тыс./в месяц. Так же, самыми запрашиваемыми объектами являются Архитектурно-этнографический музей «Хохловка», Пермский театр оперы и балета им. П.И. Чайковского, Белогорский монастырь. В летнее время к этим объектам добавился еще один — Голубые озера г. Александровска. Большинство объектов (около 100) имеют меньше 1000 запросов в месяц. Анализ запросов показывает ярко выраженную сезонность. Летом число запросов для природных объектов возрастает, зимой резко сокращается. Интерес к историко-культурным достопримечательностям, музеям и т.д. наоборот сокращается летом и возрастает в зимнее время. Большинство объектов, имеющих меньше одной тысячи запросов, не показывают сильных колебаний числа запросов между летним и зимним периодом. Проведенная работа и аналогичные ей могут иметь прикладное значение в сфере управления развитием туризма в регионе.

Ключевые слова: туристская достопримечательность, Пермский край, поисковый запрос, «Яндекс.Вордстарт».

S.E. Myshlyavtseva, V.V. Lanin

Perm State University

ESTIMATION OF USER INTEREST TO THE PERM REGION TOURIST ATTRACTIONS

Internet search queries for Perm region tourist attractions are analyzed in the article. The intermediate results are presented. 120 objects were selected for the research. The statistics for three seasons such as summer, winter and spring are compared. As a result of the requests ranking all tourist objects were divided into 4 groups, as well as the overall objects rating is presented. The most popular object is the Kungur ice cave, the largest requests number was 49.9 thousand per month. Also, the most requested objects are the Architectural and ethnographic museum "Khokhlovka", Perm opera and ballet theatre, Belogorsky monastery. In the summer, one more object added to listed it was the Bluelakes of Aleksandrovsk. Most objects (about 100) have less than 1000 queries per month. The requests analysis shows a pronounced seasonality. In summer the requests number for natural objects increases, in winter it decreases sharply. On the contrary, user interest in historical and cultural attractions (museums, etc.) reduces in the summer and increases in the winter. At the same time most objects that have less than one thousand requests do not show strong fluctuations in the requests number between summer and winter. Performed research can be applied in the tourism management and development in the region.

Keywords: attraction, Perm krai, search queries analysis, «Yandex. WordStat» service

© Мышлявцева С.Э., Ланин В.В., 2019

Мышлявцева Светлана Эдуардовна,

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

mushl_sve@mail.ru

Ланин Вячеслав Владимирович,

старший преподаватель, Пермский государственный национальный исследовательский университет;

vlanin@live.com

Сбор, систематизация, и анализ информации, размещенной в Интернет, становится инструментом, который применяется для решения различных исследовательских задач, в том числе в туристских исследованиях. В научной электронной библиотеке E-Library представлено порядка 500 публикаций, посвященных использованию аналитических ресурсов Яндекс

и Гугл, социальных сетей для анализа различных аспектов современной жизни — исследованию социальных проблем, политических вопросов и др. Ряд публикаций посвящены изучению туристских систем. Так, например, интересные исследования были проведены в Ставропольском крае [8], для Арктического региона [2] в которых туристская привлекательность мест оценивалась с помощью геотегов туристских фотографий, размещенных в социальных сетях. Целый ряд работ посвящен анализу поисковых запросов для решения конкретной поставленной исследовательской задачи [1,4,5,7]. Представленная работа посвящена изучению пользовательского интереса к туристским достопримечательностям Пермского края. Интерес пользователей к туристским объектам оценивался на основе подсчета числа поисковых запросов Интернет пользователей, содержащих упоминание объекта, за определенный временной интервал. Был использован существующий сервис «Яндекс.Вордстат», предназначенный для получения статистики поисковых запросов в поисковой системе Яндекс.

На туристской карте Пермского края представлено большое число достопримечательных объектов, интересных туристам и жителям региона. Природные объекты, памятники истории, архитектуры, музеи и театры, монументы и малые архитектурные формы, современные инсталляции и так далее. Список этих объектов превышает значение 500 единиц [9]. Естественно, не все они одинаково популярны и интересны. Согласно экспертных оценок представителей профессионального туристского сообщества Пермского края, в регионе порядка 10 наиболее значимых туристских аттракций к ним относятся Кунгурская ледяная пещера, Архитектурно-этнографический музей «Холловка», Белогорский монастырь, Театр оперы и балета им. П.И. Чайковского, Пермская картинная галерея, музей истории политических репрессий «Пермь-36», природные достопримечательности Каменный город и Усьвинские столбы, центральный архитектурный ансамбль Соликамска с Троицким собором, Соборной колокольней, Богоявленской церковью и Домом Воеводы, архитектурный ансамбль г. Усолье с палатами Строгановых и Спасо-Преображенским собором. Перечисленные объекты включены в туристские маршруты и активно посещаются. Интересно понять, как распределяется интерес к другим объектами из списка пермских аттракций.

В работе было решено две задачи. Во-первых, проведен подсчет интереса к той или иной достопримечательности в течение года. Оценивались данные за три периода летний

(середина июня — о середина июля 2018 г.), зимний (январь 2019 г.), весенний (март 2019 г.). А также рассмотрена динамика изменений интереса к самым запрашиваемым объектам в зависимости от сезона года.

Как писалось ранее, перечень объектов для анализа подготовлен на основе туристской карты географического атласа Пермского края [6]. Количество объектов, вошедших в перечень, составило 120. Для каждого объекта был составлен перечень ключевых фраз, наиболее часто использующихся для получения искомой информации. Решение этой задачи «вручную» приводит к большим затратам времени. Для снятия этого ограничения процесс извлечения информации был автоматизирован, был разработан скрипт на языке программирования Python 3.4 (см. рис. 1), получающий информацию о количестве поисковых запросов с упоминанием туристского объекта.

Работа программы происходит по следующей схеме. Список запросов, используемых пользователями для поиска достопримечательностей, содержится в текстовом файле с именем input.txt. С каждой достопримечательностью может быть связано несколько синонимичных поисковых запросов, в таком случае они указываются через запятую (например, «чердынь церкви, чердынь успенская церковь, чердынь иоанна богослова, воскресенский собор чердынь»). Таким образом, файл состоит из 120-ти строк, в каждой из которых перечислены возможные запросы для поиска каждой достопримечательности. Список запросов был построен экспертным путем, с помощью возможностей сервиса «Яндекс.Вордстат» по рекомендации связных запросов. Далее для каждой строки входного файла производится построение статистического отчета, причем по каждому из запросов отчета статистика запрашивается отдельно, затем полученные результаты суммируются и записываются в результирующий файл output.txt. Следует отметить, что для обращения к сервисам «Яндекс.Вордстат» предварительно необходимо зарегистрироваться на данном ресурсе и получить индивидуальный токен для программного доступа [10].

Запуск процесса получения информации с определенным интервалом позволяет накапливать историю значений, тем самым снимая ограничение получения данных только за последний месяц. Автоматизация процесса позволяет расширить список объектов до любого необходимого значения. Сохранение полученных результатов в формате Microsoft Excel позволяет осуществлять их дальнейшую аналитическую обработку. По частоте запросов объекты были разделены на четыре группы (табл. 1).

```

import json, urllib.request, time

url = "https://api-sandbox.direct.yandex.ru/v4/json/" #Url-адрес сервиса WordStat
token = "user_token" #токен пользователя для доступа к сервису

#Метод создания нового отчета
def CreateNewReport (phrase):

    #Разделение входной строки на отдельные поисковые запросы
    phrases = phrase.split(",")

    data = {
        "method": "CreateNewWordstatReport", #Имя вызываемого метода
        "token": token, #Токен пользователя
        #Входные параметры метода
        "param": {
            "Phrases": phrases #Список запросов для получения статистики
        }
    }

    #Сериализация запроса в строку и отправка серверу
    jdata = json.dumps(data, ensure_ascii=False).encode("utf8")
    response = urllib.request.urlopen(url,jdata)

    #Получение ответа сервера
    jresponse=json.loads(response.read().decode("utf-8"))

    #Получение идентификатора отчета из ответа сервера
    id = jresponse["data"]

    return id

#Получение результатов отчета
def GetReportResult (id):

    #Проверка готовности отчета с частотой 15 секунд
    while GetReportsStatus() != "Done":
        print ("Ожидание обработки отчета...")
        time.sleep(15)

    #Формирование запроса
    data = {

        "method": "GetWordstatReport", #используем метод для получения отчета
        "token": token, #Формирование запроса
        "param": id #Идентификатор отчета
    }

    #Сериализация запроса в строку и отправка серверу
    jdata = json.dumps(data, ensure_ascii=False).encode("utf8")
    response = urllib.request.urlopen(url,jdata)

    #Получение ответа сервера
    jresponse = json.loads(response.read().decode("utf8"))

    #Суммирование количества запросов по каждому ключевому слову
    sum = 0
    i = 0
    for x in jresponse["data"]:
        d = jresponse["data"][i]["SearchedWith"][0]["Shows"]
        i+=1
        sum+=d

    return sum

```

```

#Метод проверки готовности отчета
def GetReportsStatus():

    #Формирование запроса
    data = {
        "method": "GetWordstatReportList", #Метод проверки готовности отчета
        "token": token #Токен пользователя
    }

    #Сериализация запроса в строку и отправка серверу
    jdata = json.dumps(data, ensure_ascii=False).encode("utf8")
    response = urllib.request.urlopen(url,jdata)

    #Получение ответа сервера
    responsedata = json.loads(response.read()).decode("utf-8", "ignore"))

    #Получение статуса готовности отчета из ответа сервера
    return responsedata["data"][len(responsedata["data"])-1]["StatusReport"]

#Метод удаления отчетов
def DeleteReport (id):

    # Формирование запроса
    data = {
        "method": "DeleteWordstatReport", #Метод удаления отчета
        "token": token, #Токен пользователя
        "param": id #Идентификатор удаляемого отчета
    }

    jdata = json.dumps(data, ensure_ascii=False).encode("utf8")
    response = urllib.request.urlopen(url,jdata)

    jresponse = json.loads(response.read().decode("utf8"))

    #Входной файл со списком ключевых слов
    inFile = open(r"input.txt", "r")
    #Выходной файл с количеством запросов пользователей по указанным ключевым словам
    outFile = open(r"output.txt", "w", encoding="utf-8")

    #Формирование отчета для каждой строки входного файла
    for line in inFile.readlines():
        id = CreateNewReport(line)
        count = GetReportResult (id)
        #Запись количества запросов в выходной файл
        outFile.write("{}\t{}\n".format(line.replace("\n", ""), count))
        DeleteReport (id)

    inFile.close()
    outFile.close()

```

Рис. 1. Исходный код программы получения статистики запросов

Лето:

В первой группе всего 4 объекта АЭМ «Хохловка», Кунгурская ледяная пещера, Голубые озера г. Александровск, Белогорский монастырь. В этой группе оказались как объекты, являющиеся бесспорными лидерами по туристской посещаемости, так и относительно новый туристский объект — Голубые озера. Появление этого объекта в числе самых за-прашиваемых сложно объяснить. С одной сто-

роны, высокая привлекательность имеет объективные причины — летнее время, жаркая погода, обустроенная территория для отдыха и развлечений, так и субъективными факторами — относительно новый объект на туристской карте края и т.д. С другой стороны, объект расположен на значительном от г. Перми расстоянии, более 230 км, в крае нет недостатка в водных объектах, как в краевом центре (Камское и Воткинское водохранилище), так и

в других территориях. И тем не менее, высокие относительно других объектов показатели числа запросов были зафиксированы.

Во второй группе 19 объектов. Здесь такие известные достопримечательности края как музей «Пермь-36», театр оперы и балета, водопад Плакун, Каменный город и др.

В третьей 48 объектов. Например, гора Колпаки, Адово озеро, заповедник Басеги, Этнографический парк истории реки Чусовой, Молебская аномальная зона и др.

В четвертой группе 49 объектов. Например, Кизеловская пещера, Богоявленская церковь в Соликамске, камень Панорамный на р.Усьва, дом Грибушкина в Перми, дом Дягилева и другие. В табл. 2 представлено число запросов, превышающих 2000 ед. за рассматриваемый период.

Зима:

В первой группе снова 4 объекта, три из них, Кунгурская ледяная пещера, АЭМ «Хохловка» и Белогорский монастырь остались в этой группе, причем Кунгурская ледяная пещера интересовала в этот период пользователей больше всего. Число запросов по сравнению с летом выросло на 27 %. Число запросов АЭМ «Хохловка» в этот период упало на 36,7 %. Интерес к Белогорскому монастырю вырос. Новым объектом в этой группе (второй по числу запросов в этот период) стал Пермский академический театр оперы и балета им. Чайковского (23,65 тыс. запросов за январь). Природный объект — Голубые озера г. Александровска, активно запрашиваемые в летнее время, переместился в третью категорию (916 запросов).

Во второй группе 15 объектов. Кроме музеев «Пермь-36», Музей Пермских древностей, Дом Мешкова, эту группу в основном составляют достопримечательности природного происхождения — скалы Усьвинские столбы, Каменный город, заповедники Вишерский и Басеги, водопад Плакун, плато Кваркуш, река Чусовая и другие. Закономерно снижение интереса в зимний период к таким природным объектам как река Чусовая и р. Усьва (традиционное летнее направление речных сплавов). Так если в летнее время по р. Чусовая было 6,5 тыс. запросов, а в зимний период 1,1 тыс. По реке Усьва зимой было зафиксировано 179 запросов. Число запросов музеев выросло в зимний период по сравнению с летом, но не так значительно. Пермь 36 на 700 ед. с 7,9 тыс. летом до 8,6 тыс. зимой. Музей Пермских древностей с 2,6 тыс. летом до 3,6 тыс. зимой. Музей Дом Мешкова с 1,4 тыс. летом до 2,4 тыс. зимой.

Третья группа (52 объекта) и четвертая группа (49) объектов включает большое разнообразие видов достопримечательностей как

Таблица 1
Группы достопримечательностей, в зависимости от числа запросов

Группа	Период анализа (число объектов, ед.)		
	Лето	Зима	Весна
I (более 10 тыс. запросов)	4	4	3
II (от 9999 до 1 тыс. запросов)	19	15	19
III (от 999 до 100 запросов)	48	52	53
IV (99 до 0 запросов)	49	49	45

Таблица 2
*Достопримечательности с числом запросов более 2000
(период сер. июня – сер. июля 2018)*

Объект	Число запросов
Архитектурно-этнографический музей «Хохловка»	34 044
Кунгурская ледяная пещера	27 467
Голубое озеро	22 245
Белогорский монастырь	11 540
Музей «Пермь-36»	7 952
река Чусовая	6 597
Пермский академический театр оперы и балета им. Чайковского	5 387
Водопад Плакун	4 136
Каменный город	3 678
Счастье не за горами	2 886
Скалы «Усьвинские столбы»	2 812
Водопад Жигалан	2 151
Музей пермских древностей	2 066
Плато Кваркуш	2 007

Таблица 3
*Достопримечательности с числом запросов более 2000
(период январь 2019)*

Объект	Число запросов
Кунгурская ледяная пещера	34 966
Пермский академический театр оперы и балета им. Чайковского	23 647
АЭМ «Хохловка»	21 534
Белогорский монастырь	16 916
Пермь	8 658
Музей «Пермь-36»	7 883
Музей пермских древностей	3 639
Скалы «Усьвинские столбы»	2 998
Вишерский заповедник	2 813
Водопад Плакун	2 759
Дом Мешкова краевого музея	2 430
Каменный город	2 390
Счастье не за горами	2 033

природного так и историко-культурного происхождения, так и современных объектов. Общее число запросов этих объектов невелико. Здесь прослеживается та же тенденция. Снижение числа запросов объектов природного происхождения и сохранение на том же уровне или некоторое увеличение числа запросов архитектурных, историко-культурных, инфраструктурных объектов. Исключением стал Полядов камень в Красновишерском районе, в летнее время число запросов по нему составило 431, зимой 801. Возможно, это объясняется лучшей доступностью объекта зимой. Летом препятствием для посещения является река Вишера, а зимой на камень организуются снегоходные туры. Все аналогичные объекты этого района — камень Ветлан, камень Помяненный больше запрашиваются в летнее время. В табл. 3 представлено число запросов, превышающих 2000 ед. за рассматриваемый период.

Весна:

Весенний срез показал, что наибольшее число запросов у тех же объектов, что и в зимнее время. Их группы выбыл один объект — Белогорский монастырь. Число запросов по Кунгурской ледяной пещере еще больше возросло и составило 49,8 тыс. запросов. Это закономерно, так как в период с февраля по март пещера наиболее красива. Так же это связано с каникулярным временем у школьников. Интересно отметить, что в 2011 году, похожая работа проводилась по различным туристским аттракциям Приволжского округа [7]. В.П. Рукомойникова представила данные по пользовательским запросам Кунгурской ледяной пещеры за 2011 г. Их число составило 224 тыс. запросов. Наивысшие показатели запросов по объекту в поисковой системе наблюдаются с января по апрель. Так, в 2011 году за эти четыре месяца пользователями было сделано 83 тыс. запросов, что на 70 % выше, чем в предыдущем году в тот же период. Если сравнить данные, то видим, что абсолютное число запросов существенно возросло. За три месяца (июль 2018 и январь, март 2019) число запросов достигло 112,3 тыс.

По АЭМ «Хохловка» так же наблюдается увеличение числа запросов до 28,0 тыс., но показатель летнего периода не достигнут (лето — 34 тыс.). Число запросов театра оперы и балета им. П.И. Чайковского несколько сократилось по сравнению с январем. Число запросов Белогорского монастыря снизилось существенно (более чем в два раза по сравнению с январем) и составило 7 тыс. запросов, приблизившись к летнему уровню. В табл. 3 представлено число запросов, превышающих 2000 ед. за рассматриваемый период.

Таблица 4
**Достопримечательности с числом
запросов более 2000
(период март 2019)**

Объект	Число запросов
Кунгурская ледяная пещера	49 873
Архитектурно-этнографический музей «Хохловка»	28 053
Пермский академический театр оперы и балета им. Чайковского	21 233
Пермь	10 009
Музей «Пермь-36»	8 384
Белогорский монастырь	7 017
Пермский государственный университет	6 109
Музей пермских древностей	3 765
Вишерский заповедник	3 097
Скалы «Усьвинские столбы»	2 783
Камская ГЭС	2 477
Счастье не за горами	2 423
Заповедник Басеги	2 342
Дом Мешкова краевой музей	2 264

Вторая группа включает 19 объектов. В группе представлены практически те же объекты, что и в зимний период, за некоторым исключением. Например, здесь снова оказался Белогорский монастырь, а также появилось Голубое озеро. По сравнению с зимой можно сделать следующие выводы. Во-первых, сохраняется и даже незначительно растет интерес к музеям, например Пермь 36 (8,4 тыс.), музей Пермских древностей (3,7 тыс.). Основная часть объектов сохраняет те же значения числа запросов, что и в зимние месяцы. Это заповедники Вишерский и Басеги, камень Столбы, Колпаки и др. Снижение интереса отмечено для природных объектов — водопада Плакун (почти в два раза), Каменный город (на 20 %).

Третья группа (53 объекта) и четвертая (45 объектов). Здесь не прослеживается видимых значительных изменений. Представлены те же объекты, что и в зимний период. Колебания числа запросов несущественны. (табл. 4)

Таким образом, в работе рассмотрена статистика поисковых запросов, касающихся туристских достопримечательностей Пермского края в системе Яндекс с помощью сервиса «Яндекс.Вордстат» в динамике за три периода. В результате оценки выявили, что число запросов колеблется от 49,9 тыс./месяц до нескольких единиц по ряду объектов.

Самыми запрашиваемыми являются Кунгурская ледяная пещера, АЭМ «Хохловка», Пермский академический театр оперы и балета им. П.И. Чайковского, Белогорский монастырь. В летнее время к этим объектам добавился еще один — Голубые озера г. Александровска.

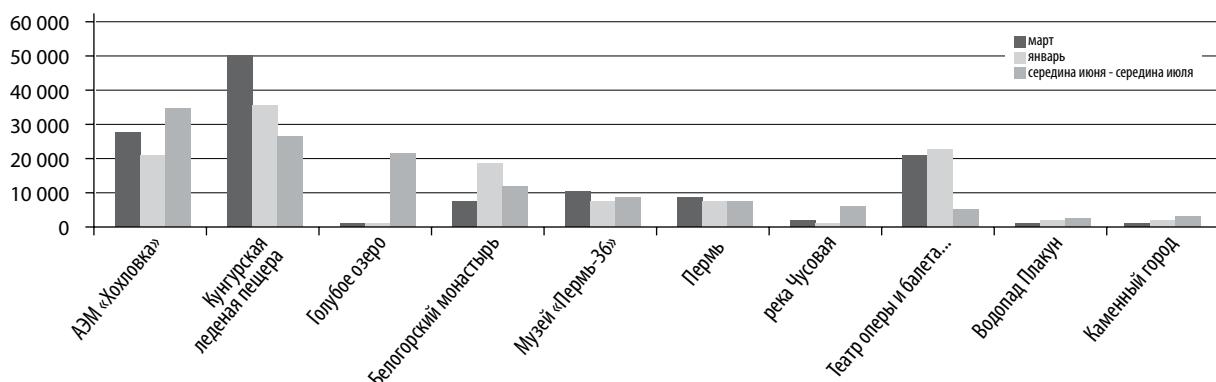


Рис. 2. Соотношение числа пользовательских запросов за три периода

В результате ранжирования числа запросов все туристские объекты были разделены на 4 группы, а также составлен общий рейтинг объектов. На основе полученных результатов можно сделать вывод о том, что из всех объектов, выделяемых экспертами как достопримечательные, только к четырем обнаружен высокий пользовательский интерес. Большинство объектов (около 100) имеют меньше 1000 запросов в месяц.

В целом число запросов достопримечательностей природного происхождения показывает ярко выраженную сезонность: летом число запросов возрастает, зимой резко сокращается. Это такие объекты как реки Чусовая и Усьва. Интерес к достопримечательностям историко-культурного типа, наоборот сокращается летом и возрастает в зимнее время. Большинство объектов, имеющих меньше одной тысячи запросов, не показывают сильных колебаний числа запросов между летним и зимним периодом. Проведенная работа и аналогичные ей могут иметь прикладное значение в сфере управления развитием туризма в регионе. Для решения задачи территориального планирования в развитии туризма важно знание пространственной локализации туристских достопримечательностей и уровень туристского интереса к этим объектам. В условиях ограниченного финансирования туристских региональных программ знание предпочтений и интереса к посещению той или иной достопримечательности является одним из аргументов в распределении финансовых ресурсов, направляемых на развитие территории. Еще один аспект практической значимости может состоять в том, что анализ пользовательского интереса может натолкнуть организаторов туризма (туроператоров) на включение новых достопримечательных объектов в свои программы и маршруты. Так как создание нового турпродукта, с использованием новых аттракций сложная задача и туроператоры находятся в постоянном поиске новых достопримечательностей для включения их в свои программы для привлечения туристов. Так же подоб-

ные задачи могут решаться в рамках практических работ в ряде дисциплин бакалавриата и магистратуры по туризму.

В рамках продолжения исследования планируется расширить список источников получения статистики, а именно использовать статистику поисковых запросов, полученную с помощью сервиса «Google Analytics», социальных сетей «ВКонтакте» и «Facebook».

Библиографический список

1. Барашко А.В., Демьянов С.А. Мониторинг Белорусского туристического рынка на основе анализа поисковых запросов // Туризм и гостеприимство. 2018. №2. С. 23–29.
2. Голубчиков Ю.Н., Судейкин М.И., Проскурина К.А., Иванова Ю.А. Анализ распределения и динамики геотегов на территории Арктики и их интерпретация в сопоставлении с российской туристической статистикой посредством извлечения информации из веб-ресурсов // SCVRT2018, ЦарьГрад, 21–23 ноября 2018. Сб. тр. конф. 2018. С. 253–257.
3. Загидуллина М.В. Как измерить популярность Арктины? Голоса встроенных метрик в контексте теории панмедиатизации // Горизонты цивилизации. 2017. № 8. С. 38–67.
4. Зырянова И.С. Водные объекты в информационном ресурсе // Современные проблемы водохранилищ и их водосборов. Пермь, 29 мая – 01 июня 2017. Труды VI Межд. науч.-практ. конф. 2017. С. 189–193.
5. Мышильцева С.Э., Ланин В.В. Подходы к изучению пользовательского интереса к туристским достопримечательностям (на основе анализа поисковых запросов пользователей в сети интернет) // География и туризм. 2018. №2. С. 91–94.
6. Рукомойникова В.П. Анализ интернет-активности россиян по запросам поисковых слов, связанных с туризмом в Приволжье // Туризм в глубине России. Сб.тр.конф. 2012. С. 41–47.
7. Тикунов В.С., Белозеров В.С., Антипов С.О., Супрунчук И.П. Социальные медиа как инструмент анализа посещаемости туристических объектов (на примере Ставропольского края) Вестник Московского университета. Сер. 5: География. 2018. № 3. С. 89–95.
8. Туристско-информационный центр Пермского края [Электронный ресурс] URL: <http://visitperm.ru/sightseeing>
9. API Директа [Электронный ресурс] URL: <https://tech.yandex.ru/direct/>

С.Э. Мышлявцева, М.А. Рыжова

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 913. 912.4

ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГИС

Для подготовки к решению конкретных пространственных задач и анализа развития туризма в Пермском крае с помощью инструментов ГИС проведена инвентаризация существующих туристских объектов (туристских достопримечательностей, объектов туристской инфраструктуры). Создано 6 картографических произведений. Эти данные могут быть полезны для обеспечения деятельности органов власти, отвечающих за развитие туризма в Пермском крае, а также для других организаций, чья деятельность связана со сферой туризма. В дальнейшем требуется обновление, и дополнение созданной базы с целью поддержания ее в актуальном состоянии как инструмента пространственного анализа туризма в регионе. Создание ГИС позволит принимать более взвешенные решения пространственного развития туризма.

Ключевые слова: ГИС, пространственный анализ, база данных, туризм, Пермский край

S.E. Myshliavtseva, M.A. Ryzhova

Perm State University

THE USE OF GIS IN THE SPATIAL ANALYSIS OF TOURISM (IN THE CASE OF PERM REGION)

To prepare for the solution of specific spatial problems and to analyze the development of tourism in the Perm area, using GIS tools, an inventory of existing tourist facilities such as attractions, tourist infrastructure was conducted. The tourist database was created. On the basis of the database 6 cartographic works were compiled. These data may be useful for ensuring the activities of government bodies, as well as for other organizations whose activities are related to the tourism industry. In the future, an update is required, as well as the creation of a database in order to achieve it in an up-to-date state. Creating a GIS will make more informed decisions on the spatial development of tourism.

Keywords: spatial analysis, database, tourism, Perm region

Для изучения туризма как пространственного явления требуется современное информационное сопровождение. Органы управления туризмом, туристские фирмы и организации, оказывающие различные туристские услуги, сами туристы постоянно используют разнообразные информационные ресурсы и технологии. При анализе развития туризма в регионе специалистам приходится сталки-

ваться с большим количеством информации. Незаменимым средством хранения, обработки и анализа которой являются географические информационные системы (ГИС). Возможность решения пространственных задач является наиболее интересной и замечательной составляющей ГИС. Под пространственным анализом понимают процесс применения аналитических технологий к географически привязанным наборам данных для извлечения или создания новой географической информации для решения конкретных задач [8]. С помощью инструментов геообработки пользователи ГИС могут комбинировать информацию из нескольких независимых источников и получать качественно новые наборы информации (результаты) путем применения различных комбинаций пространственных операторов.

© Мышлявцева С.Э., Рыжова М.А., 2019

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

mushl_sve@mail.ru

Рыжова Мария Алексеевна,
магистрант кафедры туризма, Пермский государственный
национальный исследовательский университет;
mariya_ryzhova@mail.ru

Таблица

OBJECTID*	SHAPE*	название	нас. пункт	тип	номерной фонд	число мест
1	Точка	Александровск	Александровск	гостиница	5	21
2	Точка	Мегаполис	Барда	гостиница	4	13
3	Точка	Татарка	Барда	гостевой дом	4	12
6	Точка	Прайд-отель	Березники	гостиница	6	20
7	Точка	Аэлита	Березники	гостиница	6	15
8	Точка	Барбарис	Березники	гостиница	5	20

Рис. 1. Фрагмент таблицы атрибутов слоя «Коллективные средства размещения»

Применение инструментов пространственного анализа интересно использовать в исследовательских проектах по изучению и анализу развития туризма на разных территориальных уровнях от локального до регионального и более высоких. С их помощью можно наглядно представить взаимоотношения и связи между объектами туристской системы. Такие работы выполняются в разных регионах, так например, для Республики Удмуртия был проведен целый ряд работ по оценке рекреационного потенциала с использованием ГИС [5, 6], анализ транспортной доступности рекреационных объектов в регионах Европейской России [4], изучение сети особо охраняемых природных территорий и их рекреационного использования в Алтайском крае [7] и другие.

Для создания любой тематической ГИС и подготовки к решению конкретных пространственных задач и анализа необходимо проведение инвентаризации существующих туристских объектов и создание геоинформационной базы данных, содержащую сведения о туристской системе. Создание подобного ресурса для Пермского края представляется нам актуальным. Несмотря на широкое использование баз данных различной туристской информации в крае сегодня не создано геоинформационной системы, которая бы обслуживала запросы органов управления туризмом. В этом направлении выполняются лишь отдельные работы, так, например, в 2012 году была проведена работа и создана ГИС «Объекты придорожной инфраструктуры автомобильной трассы Р-242 на участке г. Пермь — граница Пермского края и Республики Удмуртия». [1], так же выполнялась работа по анализу потенциала территории Пермского края для развития горнолыжного туризма и создания новых горнолыжных комплексов [2]. Выявление приоритетных территорий для инвестирования в туристскую сферу, так же выполнялось с применением ГИС технологий и инструментов геообработки [3].

Для создания туристской геоинформационной базы данных Пермского края была разработана ее структура, которая на начальном этапе включает в себя:

- туристские достопримечательности по категориям: природные, историко-культурные, религиозные сооружения, уникальные культурные объекты, музеи;

- туристская инфраструктура (средства размещения, предприятия общественного питания, горнолыжные комплексы)

Каждый объект базы данных снабжен атрибутивной информацией. Так, например, таблица атрибутов слоя «Средства размещения» содержит следующую информацию (рис.1).

Все карты были построены на единой картографической основе. Картографическая основа состоит из математической и географической основ, а также легенды карты. Элементами математической основы являются — масштаб, картографическая проекция, картографическая градусная сетка, компоновка. Элементы географической основы — гидрографическая сеть, населенные пункты, административные границы, в некоторых случаях — дороги, рельеф территории, а также можно провести доработку основы, выполнив, если нужно, ее генерализацию или детализацию, что определяется назначением и тематикой составляемой карты. Для создания картографической основы были использованы данные открытых источников «Open Street Maps» [9]. В результате была разработана серия тематических карт.

Карта транспортной доступности (рис. 2). Содержание карты включает в себя следующие слои: Автомобильные дороги (включает в себя основные магистрали края), железные дороги, речные причалы и порты, аэропорт.

Тематические карты туристских достопримечательностей включают карту «Храмы Пермского края», на которой обозначены церкви и монастыри Пермского края. Так как в Пермском крае расположено более 500 церквей и монастырей, была проведена генерализация. На карте обозначены наиболее популярные по посещению объекты (рис. 3, 4).

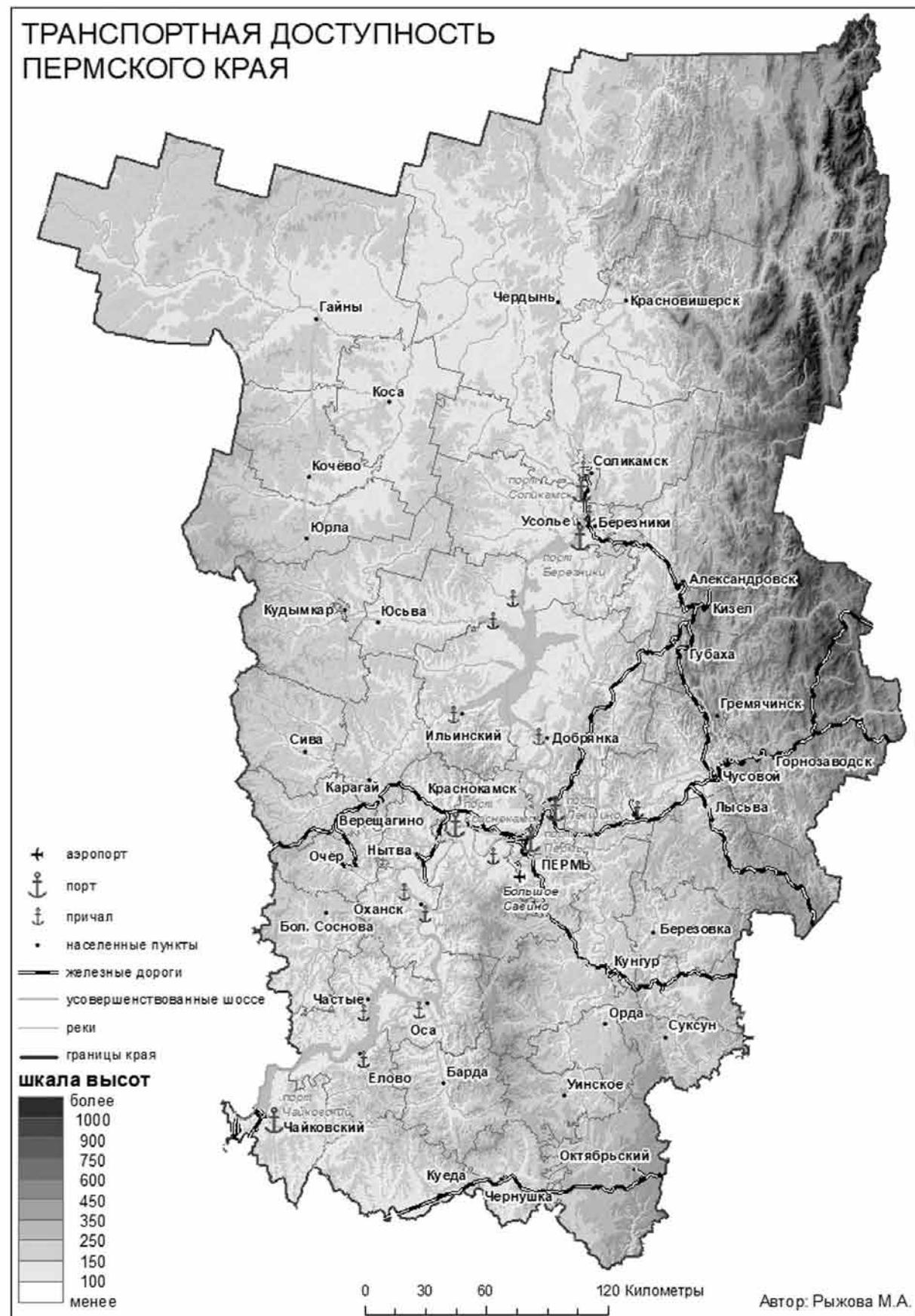


Рис. 2. Транспортная доступность Пермского края

РАСПОЛОЖЕНИЕ РЕЛИГИОЗНЫХ СООРУЖЕНИЙ ПЕРМСКОГО КРАЯ

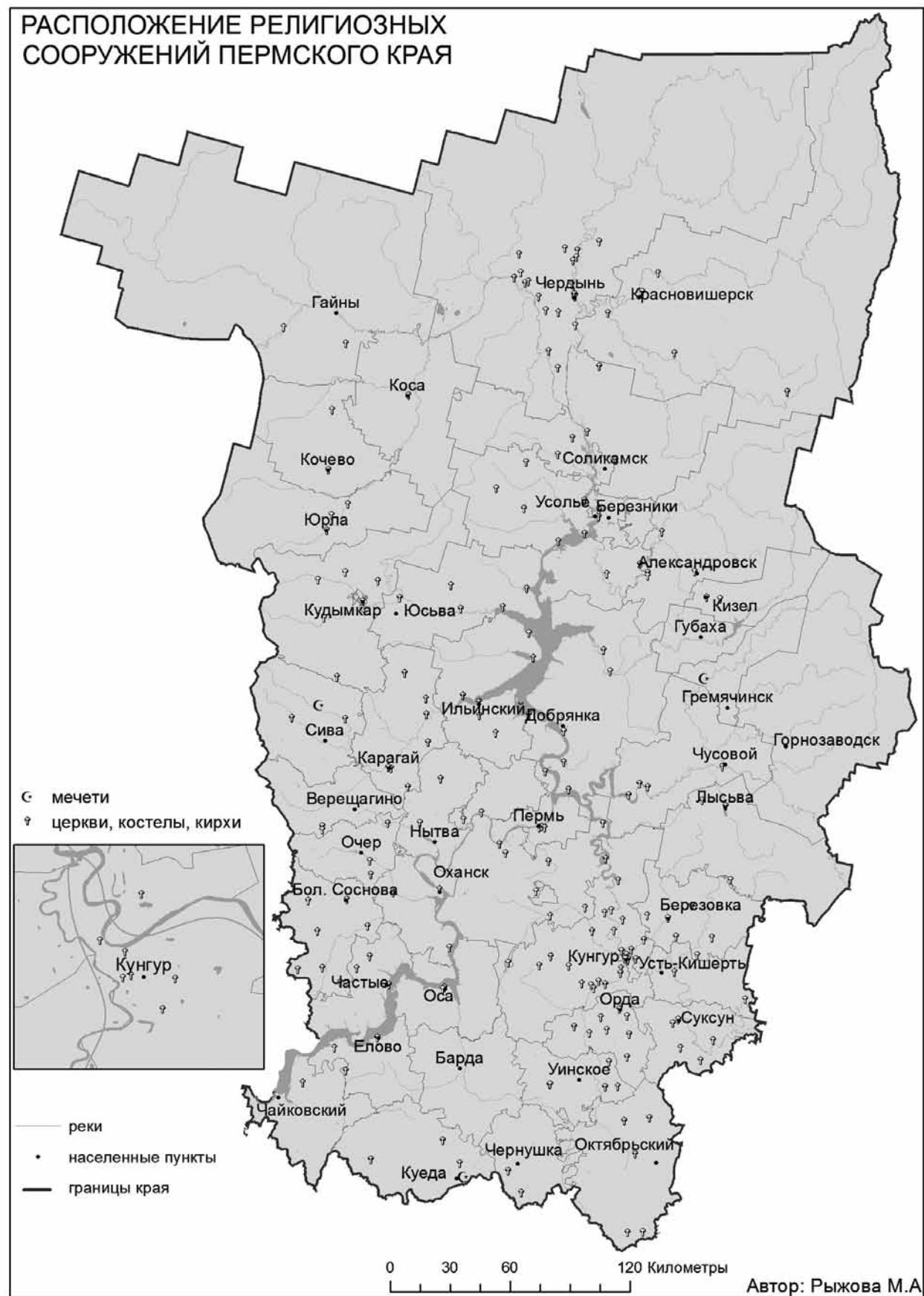


Рис. 3. Расположение религиозных сооружений Пермского края

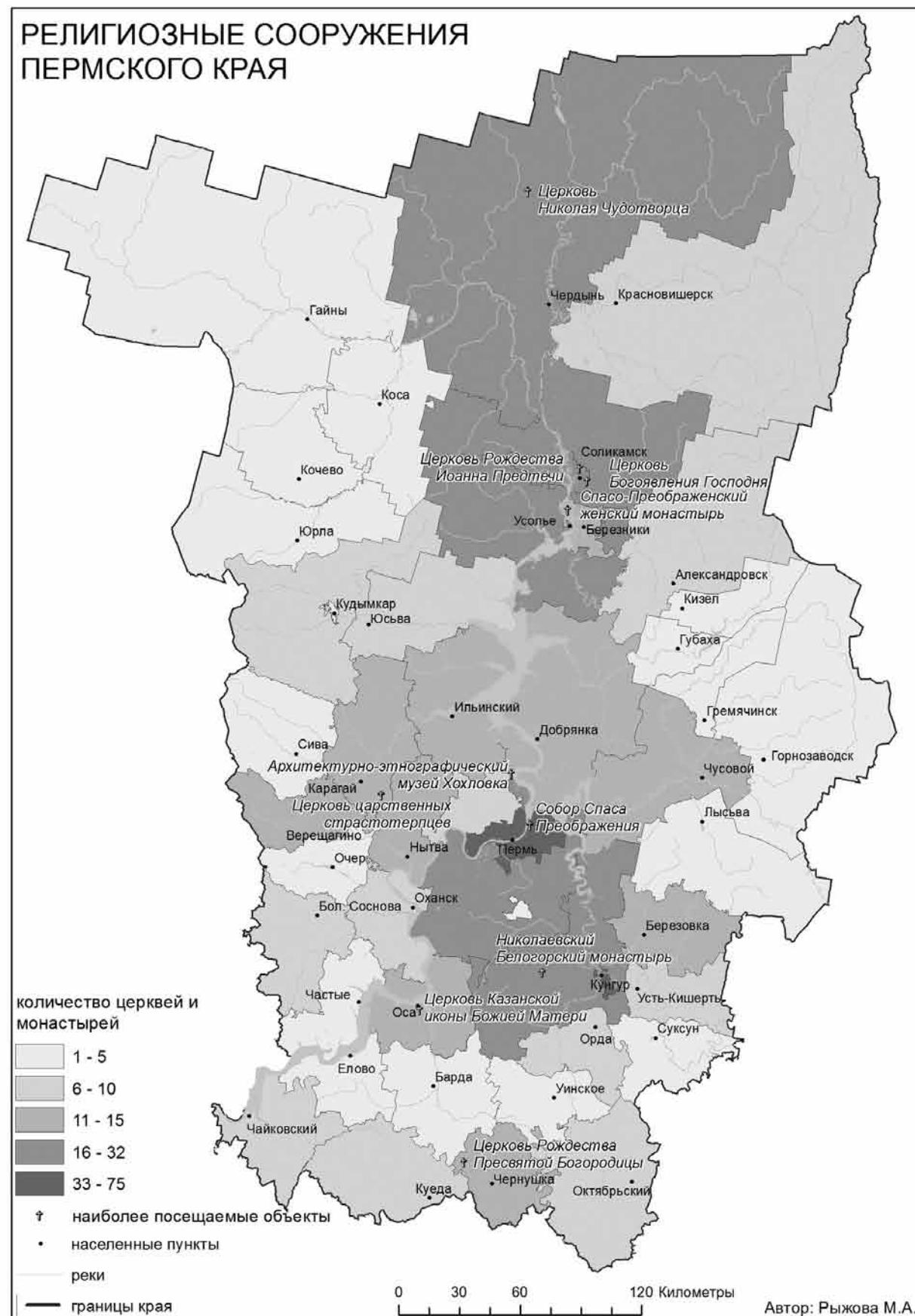


Рис. 4. Религиозные сооружения Пермского края

НЕОБЫЧНЫЕ СКУЛЬПТУРЫ И ПАМЯТНИКИ ПЕРМСКОГО КРАЯ



Рис. 5. Необычные скульптуры и памятники Пермского края

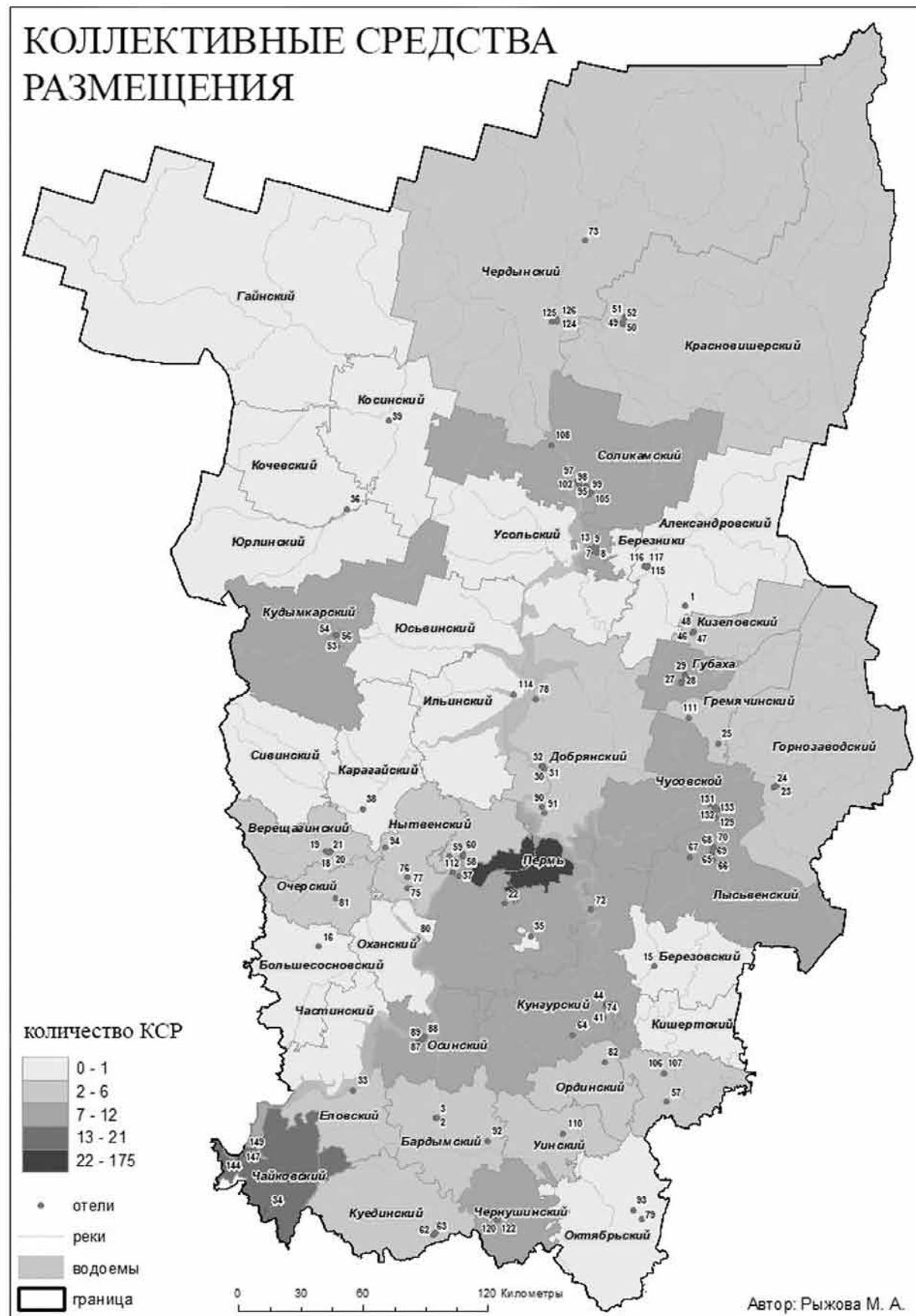


Рис. 6. Коллективные средства размещения Пермского края

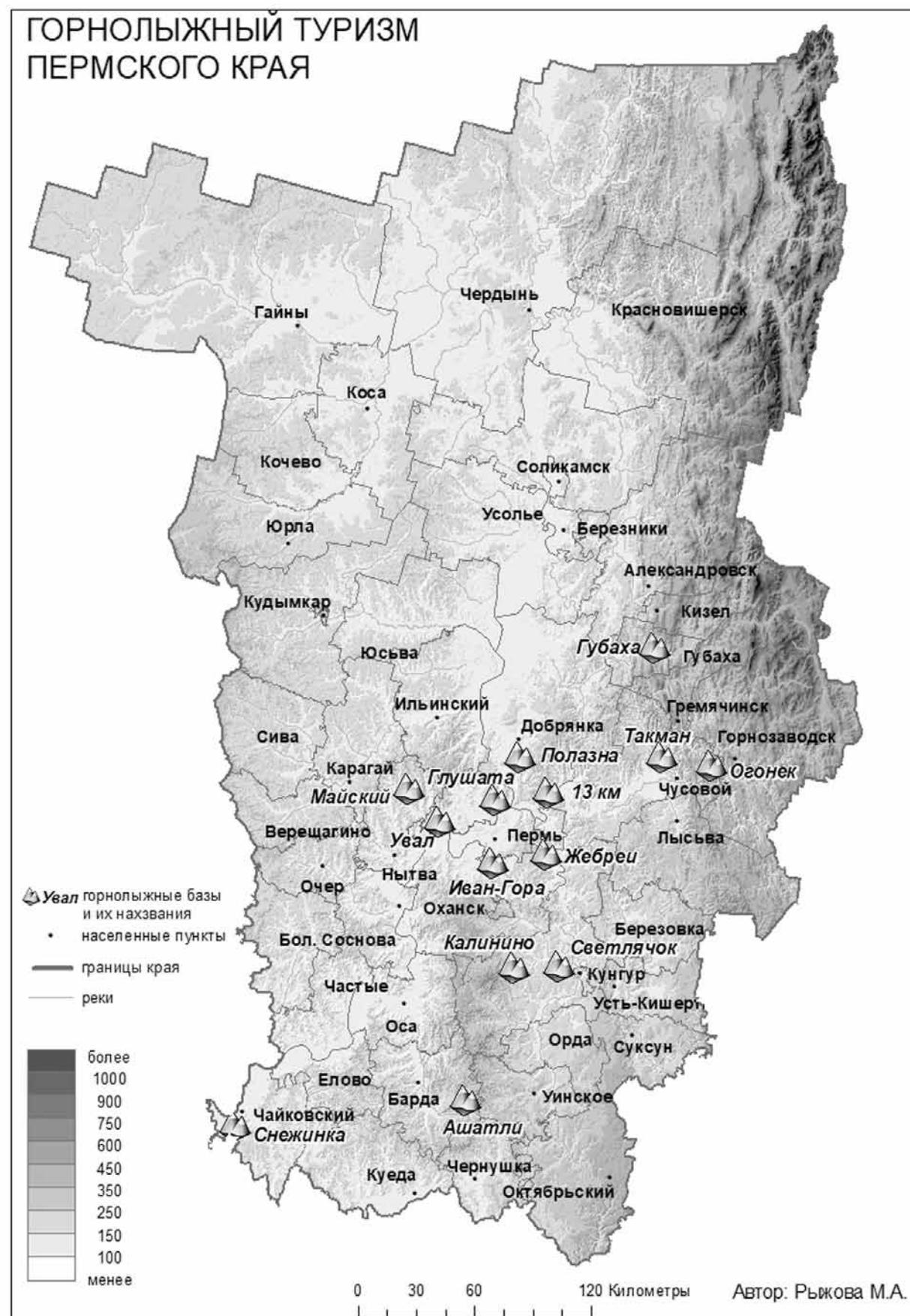


Рис. 7. Горнолыжные комплексы Пермского края

Карта «Необычные скульптуры и памятники» содержит информацию о 27 достопримечательных объектах, расположенных в Пермском крае (рис. 5).

Для отображения территориального распространения объектов туристской инфраструктуры были созданы карты «Коллективные средства размещения» (рис. 6) и «Горнолыжные комплексы» (рис. 7).

На карте коллективных средств размещения представлена информация о числе предприятий, а также представлена плотность предприятий по муниципальным районам края.

В результате была начата работа по составлению геоинформационной базы данных «Туризм» и на ее основе составлено 6 картографических произведений. Благодаря составленной геоинформационной базе данных можем решать различные пространственные задачи. Эти данные могут быть полезны для обеспечения деятельности органов власти, отвечающих за развитие туризма в Пермском крае, а также для других организаций чья деятельность связана со сферой туризма. В дальнейшем требуется обновление, и дополнение созданной базы с целью поддержания ее в актуальном состоянии как инструмента пространственного анализа туризма в регионе. Создание ГИС позволит принимать более взвешенные решения пространственного развития туризма.

Библиографический список

1. Веденников А.П., Мышильяцева С.Э., Шабанов В.М. Применение ГИС-технологий в туризме (на примере создания ГИС-объектов придорожного сервиса автотрассы Р-242 на участке Пермь – западная граница края) География и туризм: Сб. науч. тр. Перм. гос. нац. иссл. ун-т. Пермь, 2012. Вып. 11. С. 13–17.
2. Зырянов А.И., Мышильяцева С.Э. Методика выявления территорий пригодных для организации горнолыжного отдыха // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. Тр. IV Междунар. науч.-практ. конф. МГУ им. М.В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 24–25 апреля 2009 г. — М: АНО «Диалог культур», 2009. С. 410–412.
3. Зырянов А.И., Мышильяцева С.Э., Резвых В.В. Зонирование территории для инвестиций в туристскую отрасль (на примере Пермского края) // Географический вестник = Geographical bulletin. 2009 №1 (9) 2009. С. 88–93.
4. Полянский А.Г. Использование ГИС-технологий для оценки транспортной доступности до рекреационных объектов / А.Г. Полянский // Проблемы природопользования и экологическая ситуация в Европейской России и сопредельных странах: материалы II междунар. науч. конф. — М.: Белгород: БелГУ, 2006. С. 267–270.
5. Рысин И.И., Саранча М.А. Рекреационный потенциал Удмуртской Республики: географический анализ и оценка с использованием геоинформационных технологий // Ижевск. 2007. 182 с.
6. Саранча М.А. Оценка транспортной обеспеченности территории Удмуртской Республики с использованием ГИС для целей туристско-рекреационных исследований // Вестник Удмурт. ун-та. Серия Биология. Науки о Земле. 2010. Вып. 2. С. 64–68.
7. Харламов Н.Ф. Геоинформационный подход к изучению пространственных особенностей сети ООПТ Алтайского края в целях рекреационного использования / Н.Ф. Харламов, П.Е. Кулемин, А.В. Савицкий // Рекреационное природопользование, туризм и устойчивое развитие регионов: материалы Междунар. науч.-практич. конф. / отв. ред. Г. Я. Барышников. Барнаул, 2007. С. 351–353.
8. Словарь ArcGIS [Электронный ресурс]. URL: <https://www.esri.com/ru-ru/home> (дата обращения 25.03.2019).
9. Open Street Map [Электронный ресурс]. URL: <https://www.openstreetmap.org/copyright> (дата обращения 25.03.2018).

П.С. Ширинкин, О.А. Швецова

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 379.851

ИССЛЕДОВАНИЕ ОБРАЗНО-ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ ПЕРМСКОГО КРАЯ И ГОРОДА ПЕРМИ

Статья посвящена исследованию образно-географического восприятия Пермского края и города Перми. Статья основана на результатах анкетирования, посвященного выявлению типичных образно-географических «конструкций». Понятие «географический образ» является основным в системе нематериальных или так называемых «символических» ресурсов, перспективных для целей регионального туризма.

Ключевые слова: *культурный туризм; географический образ; образно-географическое восприятие территории; символические ресурсы; Пермский край; город Пермь; социологический опрос.*

О.А. Shvetsova, P.S. Shirinkin

Perm State University

RESEARCH OF PERCEPTION OF SYMBOLIC RESOURCES OF PERM REGION AND CITY PERM

The article is devoted to the study of figurative and geographical perception of the Perm region and the city of Perm. The article is based on the results of a survey devoted to the identification of typical figurative-geographical “structures”. The concept of “geographical image” is the main in the system of intangible or so-called “symbolic” resources that are promising for the purposes of regional tourism.

Keywords: *cultural tourism; geographical image; figurative and geographical perception of the territory; symbolic resources; Perm region; Perm city; sociological survey.*

На протяжении длительного времени складывались различные мнения по выделению групп ресурсов, используемых в туризме. Так, традиционно выделялись природные ресурсы, культурно-исторические и социальные (инфраструктурные) ресурсы [1; 2; 3; 8]. Сегодня назрела необходимость предложить еще одну группу ресурсов, которую в социокультурной сфере традиционно называют «нематериальными». Однако для целей туризма и гуманитарной географии более гармоничным

будет термин «символические ресурсы». Используя этот «конструкт» можно исследовать комплекс разнородных представлений, формирующихся в виде образов, производимых территорией, в «преломляющемся» сознании, под влиянием массовой культуры [6].

Символические ресурсы — это группа нематериальных культурных ресурсов, аспектов их элементов и различных субкультур (мифы, легенды, сказки, эпосы, былины, предания и т.д.) определенной территории / населенного пункта. Символические ресурсы затрагивают овеществленные объекты природного плана (живой и неживой природы), исторические события, выдающиеся личности, туристические мероприятия, информационные проекты и пр. [5]. Символы представляют собой уникальные образные отражения для восприятия самобытности, этнических и культурных традиций, производственно-хозяйственного и социально-бытового уклада.

© Ширинкин П.С., Швецова О.А., 2019

Ширинкин Павел Сергеевич,

к.геогр. н., доцент кафедры социально-экономической географии, Пермский государственный национальный исследовательский университет;

ethnic1@yandex.ru

Швецова Олеся Андреевна,

магистрант географического факультета, Пермский государственный национальный исследовательский университет;

olesya_96@list.ru

да жизнедеятельности населения [4, с. 64]. Символические ресурсы могут хорошо коррелироваться с культурно-имиджевым потенциалом и брендами территории. Социологический опрос позволяет подтвердить уже известные образы и выявить новые. Мифы, легенды и когнитивные системы образов из категории символических ресурсов наиболее перспективны в поиске покупочного решения. Именно символические ресурсы лежат в основе туристских мотивов [9]. Примечательно, что некоторые из образов могут пре-восходить реальные материальные элементы территории, их продуцирующие. Кроме того, символические ресурсы могут стать основой не только для туристского мотива, но и основой для туристского бизнеса.

Практически любая территория обладает системой символических ресурсов, из которых большая часть может быть использована в туризме. Выявление наиболее значимых ресурсов при помощи анкетирования является целью статьи.

Для анализа выбран Пермский край в целом и краевая столица. Пермский край это регион, сочетающий в себе уникальные природные и культурные компоненты, имеющий богатую историю своего развития и множество современных примечательных объектов и знаковых событий. Так, в истории культуры выделяются несколько «слоев», характеризующих край и дающих определенные представления для тех, кто открывает для себя Прикамье впервые. Этими образами могут быть, например, языческий Пермский звериный стиль, Пермь Великая — г. Чердынь, Пермский геологический период, Кунгурская Ледяная пещера, Ординская подводная пещера, Соляная столица России — Соликамск и т.д. Следует обратить внимание на то, что это лишь небольшая часть из всего разнообразия культурной «системы» региона. Если говорить о Перми, то здесь объективно сконцентрировано наибольшее количество символических ресурсов, культурных и туристических мероприятий и пр.

Для исследования была выбрана форма опроса — анкетирование, которое проводилось по двум направлениям: 1) в социальных сетях при помощи Google форм; 2) очным анкетированием на бумажных формах.

В связи с тем, что в большинстве вопросов анкеты предлагалось осуществить выбор из нескольких возможных вариантов, либо предложить собственные варианты ответов, итоговое значение баллов в сумме превышает 100 %.

Авторы отдают себе отчет в том, что, предлагая на выбор готовые варианты ответов, заложили в анкеты определенную субъективность. В тоже время, предлагаемые варианты



Рис. 1. Символические ресурсы Пермского края, %

являются гипотезой исследования и выбраны на основе эмпирических изысканий [7].

В первой разработанной анкете респондентам предлагалось выявить наиболее узнаваемые образы и символические ресурсы периода, связанного с древними архаичными народами Прикамья (рис. 1). В итоге 82,4 % опрошенных выбрали «Пермский звериный стиль». Второй по популярности ответ «Пермская деревянная скульптура». Эти символические ресурсы являются неоспоримым преимуществом края.

Менее всего с древнейшей историей края ассоциируются финно-угорские языки и коренные народы Прикамья. Анализировались нематериальные (например, фольклорные) аспекты культур двух этносов — коми-пермяков и манси. В итоге, больший процент ответов на стороне коми-пермяцкой мифологии (29,4 % против 16,2 % у манси). Результат вполне объективный, так как коми-пермяки имеют сегодня большую численность населения и более очевидную самобытность; в свою очередь практически исчезнувший в Пермском крае этнос манси, уже не способен транслировать свою культуру. Примечательно, что предложенный символический ресурс «Прикамье – прародина всех финнов» получил достаточное количество ответов, при том, что данная версия не является научно доказанной. Практически не актуальна у респондентов «Легенда о скандинавской Биармии на территории Прикамья».

По результатам анкетирования, были выявлены наиболее узнаваемые символические ресурсы губернского г. Перми (рис. 2). Более всего знакомы с происхождением имени «Перми» и пермской геральдикой (60,3 %). Примечательно, что «История основания губернского города» не столь популярна (16,2 %). Второй по значимости ответ — Пермский академический театр оперы и балета (52,9 %). В лидерах находится и литературная история

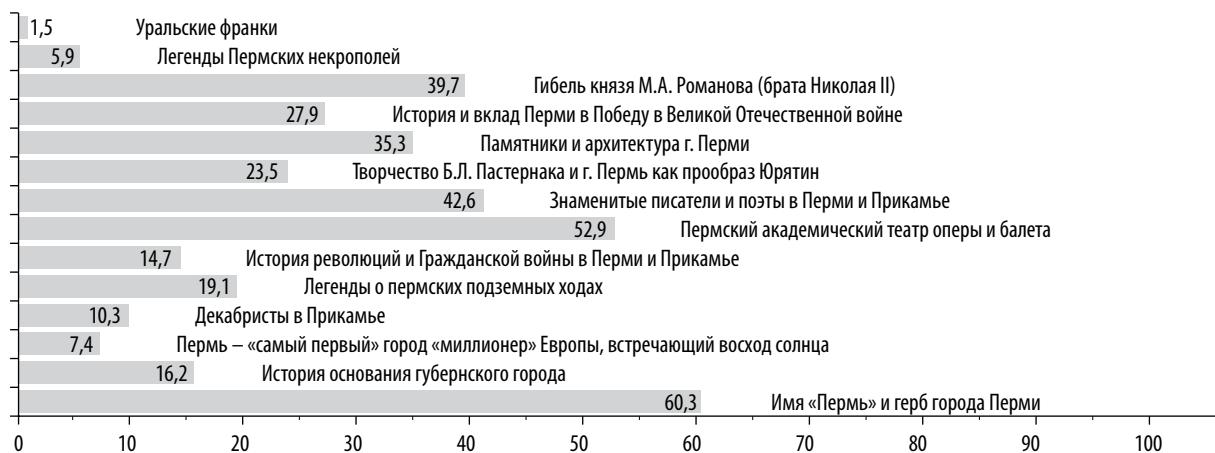


Рис. 2. Символические ресурсы губернского города Пермь, %

города: 42,6 % отдано знаменитым писателям и поэтам в Перми и Прикамье — А.П. Чехову, В.П. Астафьеву и др. Отдельно, был выделен Б.Л. Пастернак и созданный им литературный образ «Юрия Тин», который отмечен практически четвертью голосов. Удостоена вниманием губернская архитектура города (35,3 %) и исторические памятники, а также история города в период Великой Отечественной войны и его вклад в Победу (27 %). Оставшиеся ресурсы варьируют в пределах 5–20 % и уступают лидерам.

Вопрос, затрагивающий современные символические аспекты и образы повседневности г. Перми дал весьма примечательные результаты (рис. 3). Пермь в восприятии жителей города и его гостей ассоциируется в большей степени с объектами уличной культуры («Счастье не за горами», «Пермские ворота» и др.) и стрит-артом («Распятый Гагарин», «Есенин» (ныне снесенное здание), «Кот» (при въезде во Владимирский микрорайон) и др.) — 75 %. Под влиянием массовой культуры сформировался образ Перми как города «Реальных панов» (63,2 %) и Перми — города своеобразного искусства и культуры с неоднозначными объектами: «Красные человечки», «Яблоко» и пр., — последнее в своих ответах отметили 61,8 % респондентов. Не уступает им и «пермский сленг» — 54,4 % голосов. Не теряет популярности и здание ГУВД — так называемая «Башня смерти» и легенда о «Пермском метро», — их выбрали 51,5 %. Перечисленные символические ресурсы объективно нельзя назвать исключительно положительными по степени влияния на общий облик города, но за отсутствием других современных способов транслировать культуру города это единственный вариант, который приходится использовать на практике культурным и туристским организациям. Другими словами, трансляция образов во внешнюю среду представляет собой не управляемый и спонтанный процесс.

Вторая анкета предполагала изучение туристского образно-географического восприятия Пермского края вне привязки к конкретным территориям. Первоначально выявлялось, насколько Пермский край пользуется спросом у потенциальных и реальных туристов. На вопрос «Посещали ли Вы различные тематические экскурсии по Прикамью?», — большинство респондентов дало утвердительный результат (79,7 %). Это говорит о том, что регион достаточно востребован среди туристов и гостей. Далее исследовалось, какие направления в Пермском крае наиболее интересны для респондентов. Можно было выбрать несколько вариантов ответов. Безусловным лидером является «Вишеро-Колвинское направление» (Чердынский и Красновишерский районы — это север и северо-восток края), который выбрали 74,6 %. Это объясняется наличием здесь большого количества известных природных объектов, которые в значительной мере определяют туристский потенциал территории (Полюдов камень, камень Ветлан, хребет Кваркыш, Колчимский камень, Вишерский запо-



Рис. 3. Современные символические ресурсы г. Перми, %

ведник и т.д.). Наряду со сплавами по рекам, возможность посещения этих природных объектов является определяющим фактором туристской мотивации — вместе они составляют своеобразный «культурный ландшафт» всего образного «вишерского» или, точнее, «Красновишерского», знакомство с которым является главным ожидаемым образным восприятием туристов [9]. Природный потенциал сочетается в этих территориях и с богатым историко-культурным наследием, включая значимые символические ресурсы.

Во вторую условную группу (около 40–50 %) включены сразу несколько направлений: Северо-Западное (Коми-Пермяцкий округ) — 50,8%; Юго-Восточное направление (центры Кунгурский, Суксунский районы, по отношению к краевой столице) — 52,5%; Северное направление (г. Соликамск, г. Березники, Усольский район) — 40,7%. Третью группу приоритетных направлений составляют Горнозаводское (центры Чусовской район, Губахинский городской округ, Лысьвенский городской округ) и Центральное направление (г. Пермь и Пермский район). На них приходится 37,3% и 30,5% соответственно.

Вектор наименее привлекательных для туристов территорий проходит от юга Пермского края к западу: Южное направление (центры: Кудинский, Бардымский районы) — 13,6%; Юго-Западное направление (центры Чайковский, Осинский районы) — 18,6%; Западное направление (центры Нытвенский, Очерский, Верещагинский районы) — 16,9%.

Помимо вопросов с готовыми вариантами ответов, респондентам были заданы открытые вопросы. Предлагалось выявить «свободные» наиболее значимые образы Пермского края. Количество слов / словосочетаний было не ограничено. Результаты представлены в виде «облака образов» (рис. 5), где наиболее часто встречающийся образ обозначен более крупным масштабом, не популярные или единичные образы имеют мелкий вид. Самым значительным образом Пермского края стал «Медведь». За ним следуют образы: «Кама», «Лес», «Звериный Стиль», «Пермяк Солёные уши». Многократно упомянуты и «Деревянная буква П», «Кунгурская Ледяная пещера», «Пермский период», «Горы», «Природа». Перечисленные символы являются, по мнению жителей и гостей края, образами «маяками» региона. Одной из интересных закономерностей этого аспекта исследования является то, что некоторые популярные символы, предлагаемые в первом пункте статьи не нашли достаточного отражения в данной системе образов, например, это «Пермские Боги» (деревянная скульптура) и «Пермский балет». Достаточно



Рис. 4. Наиболее популярные туристические направления в Прикамье, выявленные путем анкетирования, %

редко для образов края указывают яркие событийные мероприятия — «Небесная Ярмарка», «Камва», Дягилевские сезоны и т.д. Этот феномен требует дополнительного исследования.

Помимо этого, предлагалось определить не ограниченный ряд достопримечательностей, мероприятий, общественных мест, которые бы респонденты порекомендовали посетить гостям края. В однозначных лидерах: Музей деревянного зодчества «Хохловка»; Кунгурская Ледяная пещера; фестиваль «Небесная ярмарка»; город Чердынь, Усолье, Кунгур, Соликамск; фестиваль «Зов Пармы»; горы Полюд и Ветлан; Каменный город, Пермская художественная галерея и др.

Одним из важных направлений исследования было выявление мотивов для совершения туристической поездки по Пермскому краю (вне привязки к конкретной территории). Анализ полученных ответов показал, что у туристов преобладает интерес к культурным, историческим, этнографическим особенностям территории (68,9%). Второй по популярности ответ противопоставляется первой позиции. Более половины туристов указали мотив совершения поездки — «Возможность для активного времяпрепровождения» (55,6%). Практически равные значения у событийного вида туризма — посещения фестиваля, национального праздника (48,9%) и нематериального «наполнения» туристической поездки — знакомство с мифами, легендами территории (46,7%). В соответствии с тематикой исследования в анкеты был поставлен вопрос, касающийся отношения респондента к практике внедрения мифов и легенд в экскурсионную программу. В итоге, абсолютное большинство (93,3%) считают успешным использование символических ресурсов и их элементов как в культурном туризме, так и в



Рис. 5. «Облако» образов Пермского края

активном. Обращаясь к работам, основанным на социологическом опросе [9], отметим, что устойчивые потребительские мотивы у туристов – узнать мифы и легенды территории наиболее перспективны оказались для таких муниципалитетов, как Коми-Пермяцкий округ и Чердынский муниципальный район.

Пермский край обладает большим разнообразием ландшафтов и природных объектов, имеющих большую аттрактивную и эстетическую привлекательность, и, как следствие, познакомиться с ними выразили желание 40 %. Разнообразить досуг и провести выходные дни новым образом отметили 31,1 %. Самый малый процент потребительских мотивов оказался в ответе — «В результате деятельности турфирм, реклама» (15,6 %).

В завершение обзора полученных результатов анкетирования представим половозрастную структуру респондентов: большинство опрошенных составили представители женского пола (81,9 %). Возрастная структура респондентов имеет следующие особенности: более половины опрошенных (59,1 %) находятся в возрастной группе 19–25 лет; в группе 26–35 лет — 11,8 %; в группе 36–55 лет — 18,9 % и в группе 46–55 лет — 6,3 %. Незначительное число опрошенных составили респонденты в возрасте до 18 лет (3,1 %), а также люди старших возрастных групп — 56 лет и старше (0,8 %). В дальнейших исследованиях предлагается уделить внимание другим половозрастным группам.

География постоянного места жительства опрошенных демонстрирует следующие результаты: 72,4 % проживает в г. Перми или Пермском муниципальном районе; 24,4 % приходится на жителей других муниципалитетов Прикамья; 3,1 % составили респонденты, проживающие в других субъектах РФ: г. Самара, Краснодарский край, Тюменская область и пр.

По итогам исследования образно-географического восприятия Пермского края и г. Перми можно сделать несколько предварительных выводов.

1. В настоящее время исследования в этом направлении продолжаются. Определены преобладающие тенденции и направления. Социологический опрос подтвердил перспективность группы символовических ресурсов для целей регионального туризма.

2. Образы г. Перми и Пермского края, предложенные респондентами самостоятельно, оказались по формулировкам на порядок проще, чем те, что были предложены на выбор, т.е. устойчивые пространственные представления, которые формулируют сами респонденты («Медведь», «Кама», «Лес» и т.д.) были более односложными, чем в разработанной авторами анкете. Полагаем, что это направление будет интересно культурологам и филологам, изучающим ментальность и ее региональную специфику. Вероятно, формулировка и нейминг образа действительно должны быть простыми и понятными самим широким сегментам респондентов.

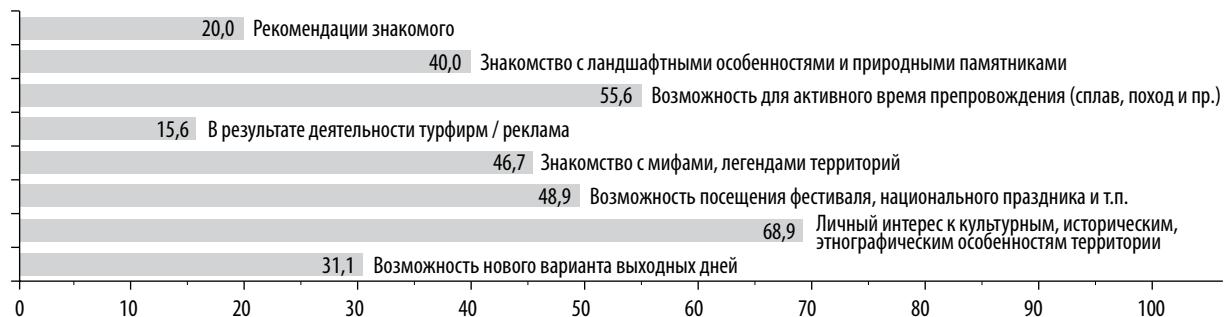


Рис. 6. Мотивы к совершению поездки в Пермском крае, %

3. Потенциал символических ресурсов всех территорий Прикамья, за исключением краевой столицы, не достаточно оценен и обладает значительными перспективами в условиях современных туристских мотивов и выявления предпочтений. Особенno значимые перспективы в потенциальном использовании символических ресурсов находятся в пределах Чедынского и Красновишерского муниципальных районов, территории Коми-Пермяцкого округа и практически любой другой территории края. Символические ресурсы, априори, содержат в себе конкурентное преимущество для развития регионального туризма.

Библиографический список

1. Быстров С.А., Воронцова М.Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. СПб, 2007. 464 с.
2. География туризма: учебник / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн, Н.В. Шабалина. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 336 с.
3. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.И. Рекреационная география. М.: Флинта, 2005. 493 с.
4. Чагин Г.Н. Наследие Пермского края как ресурс развития историко-культурного туризма: учебно-методическое пособие, Перм. гос. ун-т. Пермь, 2007. 123 с.
5. Ширинкин П.С. Культурный туризм в Пермском крае: анализ потенциала и перспективы развития: колл. монография. Пермь: Пермский государственный институт культуры, 2017. 191 с.
6. Ширинкин П.С. Проблемы и перспективы вовлечения символических ресурсов в сферу туризма (на примере Пермского края) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т. 10. № 3. С. 99–107.
7. Ширинкин П.С. Туристское легендирование: региональные аспекты (Пермский край): учебное пособие. Пермь, 2014. 260 с.
8. Ширинкин П.С. Туристское ресурсоведение: региональные аспекты (Пермский край): учеб.-справ. пособие. Пермь, 2011. 323 с.
9. Ширинкин П.С., Швецова О.А. К вопросу об исследовании образно-географического восприятия территории (на примере северного и северо-западного Прикамья) // География и туризм. 2018. С. 76–82.

А.С. Лучников

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 911.3:338.48

ТУРИЗМ В ГОРНОЗАВОДСКОМ ПРИКАМЬЕ: РОЛЬ В ТРАНСФОРМАЦИИ ФУНКЦИЙ ТЕРРИТОРИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

В статье рассматриваются особенности трансформационных процессов в территориально-функциональной структуре Горнозаводского Прикамья, микрорегиона Пермского края, имеющего черты старопромышленного ареала. Автор определяет внутренние и внешние причины трансформаций и приходит к выводу, что выход из сложившейся ситуации необходимо искать, в том числе, в стимулировании постиндустриальных видов деятельности. В статье рассматривается роль современных туристско-рекреационных технологий в изменении отношения населения Горнозаводского Прикамья и гостей к указанной территории и формировании основ ее устойчивого развития в будущем.

Ключевые слова: *территориально-функциональная структура; трансформация; промышленный туризм; туризм на промышленных территориях.*

A.S. Luchnikov
Perm State University

TOURISM IN THE GORNOZAVODSKY REGION: A CHANGE IN THE FUNCTIONS OF THE TERRITORY AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT

In the article the features of transformation processes in the territorial-functional structure of the Gornozavodsky Prikamye, one of the Permsky krai's microregions, which has features of the old industrial area are considered. The author defines the internal and external causes of transformations and comes to the conclusion that the way out of the current situation should be sought, particularly, in stimulating postindustrial activities. The role of modern tourist and recreational technologies in changing the attitude of the population of the Gornozavodsky Prikamye and its visitors to the specified territory and forming the foundations for its sustainable development in the future is considered in the article.

Keywords: *territorial-functional structure; transformation; industrial tourism; tourism in industrial areas.*

Современный этап развития российского общества характеризуется многочисленными изменениями традиционных структур и компонентов. Они связаны с переходом на новую модель экономического развития, распространением постиндустриальных тенденций в обществе и хозяйстве, становлением нового экологического мышления и прочими фундаментальными процессами. Важную роль в из-

учении текущей ситуации и создании устойчивой «платформы» для определения стратегий комплексного развития страны и ее регионов играет географическая наука в целом, и общественная география в частности. Географы интересуются вопросами изменений, происходящих в территориальных общественных системах (ТОС), которые являются объектом исследований. Согласно концепции территориальной организации общества, процессы преобразования или реструктуризации ТОС затрагивают как целостные системы, так и их отдельные компоненты.

Среди множества понятий, описывающих процессы изменений в ТОС, наиболее интересным и имеющим конкретное пространственно-

© Лучников А.С., 2019

Лучников Андрей Сергеевич,
старший преподаватель кафедры социально-экономической
географии, Пермский государственный национальный
исследовательский университет;
aluchnikov@yandex.ru



Рис. 1. Эволюция основных функций Горнозаводского Прикамья в XVI–XXI вв.

временное проявление, является термин «трансформация». Он определяет процессы, выражющиеся, преимущественно, в определенных изменениях жизнедеятельности людей, протекающих постоянно и вызванных усложнением общественно-экономического функционирования, развертыванием научно-технического прогресса или иными инновациями в социально-экономическом развитии [4]. Л.Ю. Мажар уточняет, что «под трансформацией общественных геосистем следует понимать такое изменение, при котором меняются топологические (и шире – пространственные – А.Л.) и функциональные характеристики соответствующих территориальных структур» [7, с. 209]. Таким образом, наиболее важными трансформациями в ТОС являются территориально-функциональные, под которыми следует понимать следующие: изменения связности (степени и форм взаимодействия геообъектов), географической близости, компактности, степени централизации и деконцентрации и прочие, а также смена функциональных состояний отдельных компонентов ТОС или системы в целом.

В данном исследовании в качестве полигона для изучения территориально-функциональных

трансформаций мы выбрали Горнозаводское Прикамье, относительно небольшой историко-культурный и экономический регион (ареал) на востоке Пермского края. Он включает шесть муниципальных образований (Александровский и Чусовской районы, Горнозаводский, Гремячинский, Кизеловский, Губахинский и Лысьвенский городские округа), которые имеют все признаки старопромышленных поселений [5]. Район отличается относительно богатым природно-ресурсным потенциалом, исторически сложившимся и природно-обусловленным индустриальным типом хозяйствования, пространственной локализацией промышленных видов деятельности III и IV технологических укладов, устаревшей технологической базой традиционных отраслей, деградацией и исчезновением многих ранее характерных производств, тесной взаимосвязью экономики и жизни людей в пределах, преимущественно, городских поселений.

Исторически смену наиболее важных выполняемых этой территорией функций можно представить в виде следующей схемы (рис. 1).

Ситуация, сложившаяся в конце ХХ – начале ХХI в. в Горнозаводском Прикамье, не

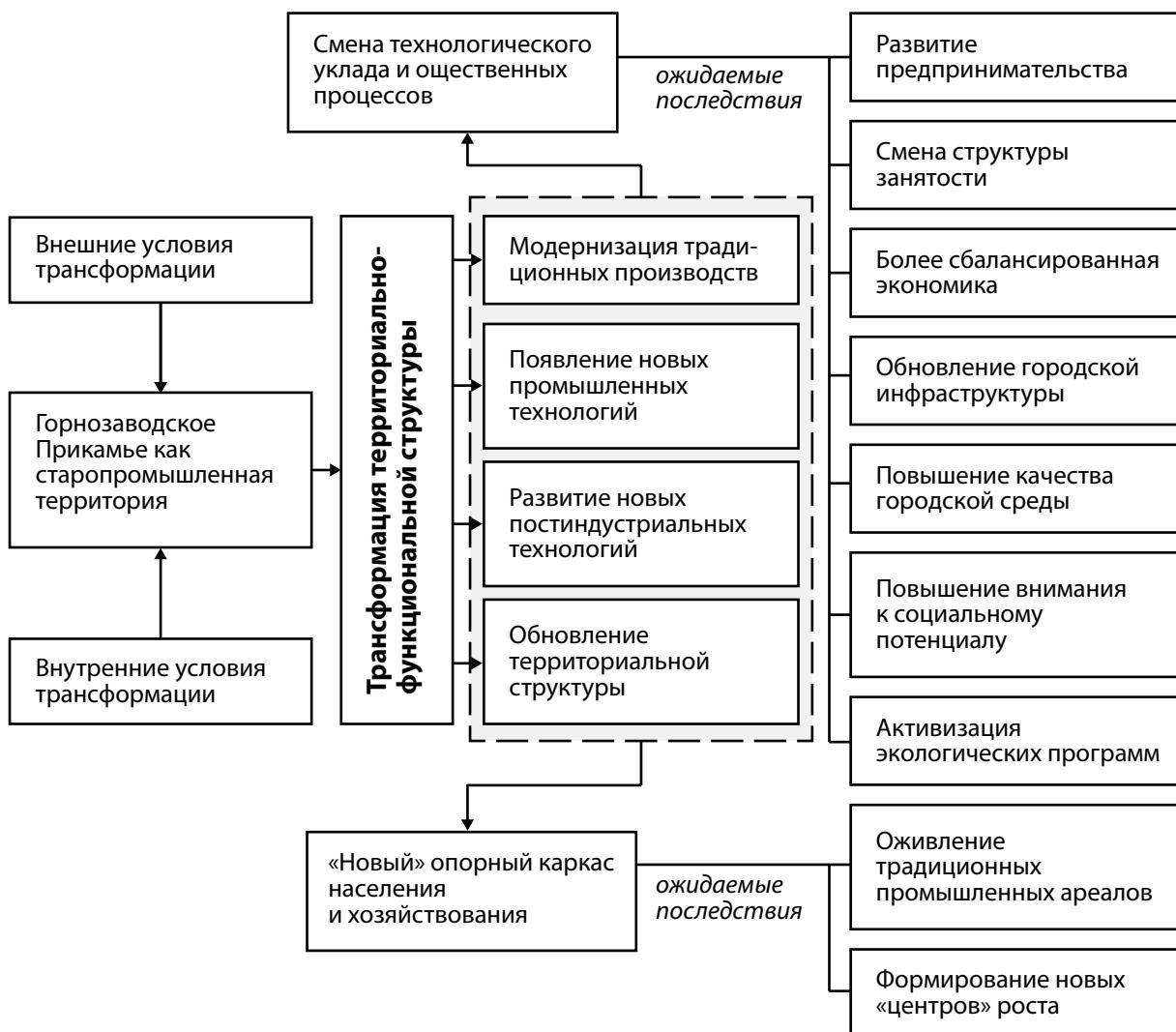


Рис. 2. Основные направления трансформации территориально-функциональной структуры старопромышленного региона и ожидаемые последствия

является чем-то уникальным как для России в целом, так и для мировой практики, хотя безусловно имеет специфические черты. В зарубежной науке накоплен большой опыт анализа причинно-следственных связей организационных и функциональных трансформаций, происходивших на старопромышленных территориях. Так, выделяются исследования по Рурскому каменноугольному бассейну в Германии, промышленным районам северо-западной и северо-восточной Англии, Лотарингии во Франции, приозерному промышленному поясу в США и пр. [8]. Кроме того, подобная тематика широко обсуждается в научном сообществе стран Центрально-Восточной Европы, затрагивая вопросы развития польской и чешской частей Силезии, обобщая результаты этих изысканий, мы можем указать, что существуют две основные группы причин, повлиявших на трансформацию функциональной структуры старопромышленных территорий и городов: внешние условия и вну-

тренние факторы. К первой группе относятся, прежде всего, изменения условий хозяйствования и рыночной конъюнктуры. Свою роль сыграла и невозможность восполнить потери на рынке из-за монопрофильности большинства городов. В Горнозаводском Прикамье это относится к угольной промышленности и черной металлургии, отдельным видам машиностроения, которые не смогли «найти себя» в новых экономических условиях и обеспечить рентабельность.

Внутренние причины связаны с инерционным характером отраслевой структуры экономики, устареванием производственных фондов, ограниченностью выбора профессий и мест приложения труда. В целом Горнозаводское Прикамье оказалось не способно адаптироваться к общественно-экономическим изменениям, так как его поселения не обладали альтернативными направлениями развития. Большое значение также имела неспособность политico-административной системы поддержать струк-

турную адаптацию, сделать функциональные трансформации менее болезненными для населения.

Только в последнее десятилетие наметился определенный прогресс: он связан с тем, что в документах стратегического планирования поселений, среди местных управленцев и общественности появилось понимание необходимости перехода к постиндустриальной стадии развития общества, который будет обеспечивать смягчение последствий структурных кризисов в городах. Среди постиндустриальных видов деятельности, которые способны успешно закрепиться в Горнозаводском Прикамье, можно назвать не только базовые социальные услуги, но, прежде всего, новые виды деятельности: информационные, культурные технологии, транспортно-логистические услуги, реализацию экологических мероприятий, улучшение качества городской среды, туристско-рекреационное направление и пр. При этом обновленный промышленный комплекс, подвергнутый модернизации и реиндустрIALIZации, останется определяющей (но недоминирующей) подсистемой в микроГОС поселений востока Пермского края и в XXI в.

Общая схема территориально-функциональных трансформаций и связанных с ними ожидаемых последствий представлена на рис. 2. Как видно, генеральное направление трансформаций — диверсификация функций, которые «выполняют» поселения. Все они, в конечном итоге, должны служить единой цели развития социально-экономических регионов подобного типа — уходу от депрессивного состояния, повышению уровню и качества жизни населения.

Среди новых видов деятельности, относящихся к постиндустриальному сектору экономики, выделяются туризм и рекреация. Они относятся к мультиплекативным отраслям, так как в ходе своего развития стимулируют появление не только других видов сервисной деятельности, но также промышленное и аграрное производство.

На территории Горнозаводского Прикамья туристско-рекреационная деятельность в настоящее время представлена преимущественно видами (направлениями), которые ориентируются на внутренний спрос жителей Пермского края в активном отдыхе на природе или туризме выходного дня. Чаще всего, туристские поездки на восток региона являются самоорганизованными, совершаются в летний период небольшими компаниями (за исключением горнолыжного туризма). Среднее время нахождения составляет 2–3 дня. Институциональная организация туристской активности находится на низком уровне, в том числе это

касается количества учреждений индустрии гостеприимства и качества их работы, доступности и узнаваемости многих объектов, безопасности путешествий и пр. В то же время список наиболее популярных туристских активностей в Горнозаводском Прикамье достаточно широк (табл.).

Наиболее развитые виды туризма и рекреации в Горнозаводском Прикамье

Виды туризма	Наиболее аттрактивные дестинации
Сплавной	Реки Яйва, Койва, Чусовая, Вижай, Усьва, Вильва
Горнолыжный	Горнолыжные центры «Такман» (Чусовской район), «Губаха» (Губахинский городской округ)
Горный (альпинизм, скалолазание, пещерное восхождение в горы или на останцы)	Усьвинские столбы, камни-«бойцы» на р. Чусовой, хребет Рудянский спой (гора Крестовая и т.н. «Каменный город»), хребет Басеги (на территории Федерального заповедника), горы Коллпаки, в меньшей степени — г. Ослянка
Спелеотуризм	Необорудованные для посещения пещеры Чудесница, Дыроватые Ребра, Чаньвинские, Маринская, Кизеловская (Виашерская), пещеры Сухого лога (Ребристая, Геологов-1, Геологов-2), Большая Пашайская
Рыбалка и пляжный	Широковское водохранилище (р. Косьва)

Создано автором на основе анализа туристских сайтов [9–10].

При этом нельзя забывать о традиционно представленных детском туризме, отдыхе на природе (на турбазах, базах отдыха), охоте, а также о зарождающихся велосипедном, палеонтологическом и экологическом видах. Еще одной особенностью активного туризма в Горнозаводском Прикамье является его относительная комплексность, так как в ходе совершения одного вида туристской активности путешествующие участвуют и в иных. Чаще всего, базовым видом является сплав по перечисленным рекам, в ходе которого туристы посещают пещеры, совершают пешие подъемы в горы или занимаются рыбалкой.

В результате развития природно-ориентированного туризма отдельные поселения Горнозаводского Прикамья становятся начальными или конечными точками маршрутов, «базами» сплавщиков, получая новую недостаточно доходную, но все же функцию. К ним относятся пос. Тёплая Гора, Старый Бисер, Усьва, Мыс, Широковский, Усть-Койва, село Кын, деревня Верх-Яйва и некоторые другие.

Историко-культурный и другие виды городского туризма на территории Горнозаводского Прикамья не получил такого развития, как активный отдых. Однако они имеют не только большой потенциал, но и способны оказывать

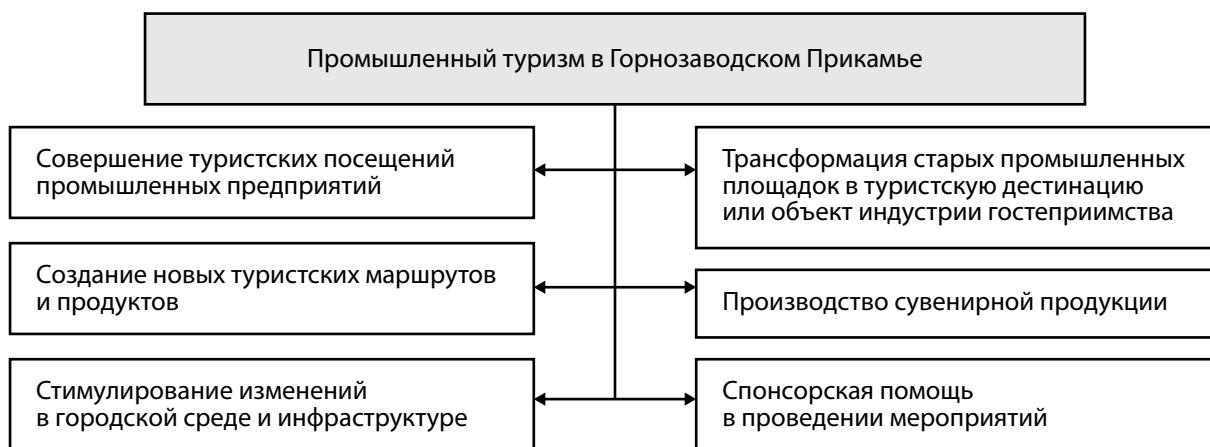


Рис. 3. Базовые направления развития промышленного туризма

более существенное влияние на ожидаемые результаты функциональных трансформаций. Прежде всего, их развитие будет связано с усилением промышленного туризма, который можно понимать по-разному. В узком смысле (больше российский вариант) промышленный туризм — это посещение промышленных предприятий, а в широком (больше западный вариант) — разнообразные виды туристской активности, которые реализуются на действующих или ранее существовавших промышленных площадках [1]. Использование второго варианта в стратегиях развития поселений Горнозаводского Прикамья предпочтительней, так как оно имеет комплексный характер и многообразные проявления (рис. 3).

Рассмотрим отдельные примеры применения новых туристских технологий в городах и поселках востока Пермского края. Наибольшее значение в последние годы здесь получает не посещение промышленных предприятий (из-за ограниченности приема и отсутствия соответствующих туроров для небольших групп¹), а организация фестивальных площадок, привлекающих тысячи гостей. Интерес представляют фестиваль-реконструкция «Губаха Alive. История шахтерского города», проводящийся на территории заброшенного пос. Верхняя Губаха; фестиваль отдыха и туризма «Промысловские тропы» (Горнозаводский округ, территория бывшей алмазной фабрики); фестиваль малой авиации «Взлетка. Новая высота» (Лысьвенский округ, рассказывает о значении пермских машиностроителей в производстве отечественной авиатехники); фестиваль фри-стайла «Смотринь на Красной горке» и фоль-

клорный праздник «Катерина-санница» (Чусовской район). Все они включены в проект «59 фестивалей 59 региона» и представляют собой способ сохранения памяти о традиционных видах деятельности или особенностях бытования местного населения в прошлом. Совершенно не похожим на все другие мероприятия является ландшафтно-театральный фестиваль «Тайны горы Крестовой», соединяющий природную красоту хребта Рудянский спой, культурные традиции территории и туристскую активность. По его примеру студией-театром «Доминанта» (г. Губаха) проводятся спектакли на берегу Широковского водохранилища [6]. Также необходимо выделить фестиваль-резиденцию керамического и ландшафтного искусства «Terracotta на Вильве» [11].

Еще одно направление туристской активности — это активная работа музеев новой формации, активно использующих современные технологии в своей деятельности. Особенно в этом направлении выделяются четыре туристских местечка (в классификации туристских дестинаций А.И. Зырянова [2]): Дом Пастернака в пос. Всеволодо-Вильва, Музей КУБа в Губахе, Музей каски в Лысьве, Этнографический парк истории реки Чусовой. Все они либо располагаются на территории промышленных площадок, либо раскрывают отдельные аспекты истории промышленности своих поселений. Данные объекты предлагают оригинальные интерактивные экскурсии, осваивают новые музейно-экспозиционные методы, участвуют в грантах и проектах по сохранению промышленной истории своих поселений, становятся активными участниками различных муниципальных, региональных и даже национальных мероприятий, превращая научно-культурную деятельность в базу для капитализации территории. Новые проекты музеефикации рассматриваются администрациями Чусового (проекты «Музей одного госпиталя», «Включи старый город»), пос. Широковского

¹ В то же время необходимо отметить популярность корпоративных музеев АО «Чусовской металлургический завод», ПАО «Метафракс», ОАО «Лысьвенский завод эмалированной посуды», которые по договоренности предоставляют возможности для посещения различным категориям гостей с ограниченным посещением производственных площадок. Большой интерес может предложить посещение Широковской ГЭС или шахты по добыче хромитовой руды в пос. Сараны, но из-за транспортной удаленности и сложности подготовки приглашения они практически не используются в промышленном туризме.

(история строительства Широковской ГЭС). Крупной постоянно действующей музейной экспозицией под открытым небом может быть промышленно-архитектурный ансамбль Кынзавода (предложения А. Иванова). Возможно и создание открытого минералогического музея в одном из поселений Горнозаводского района, отличающегося наибольшим разнообразием природно-ресурсной составляющей.

Важно отметить также то, что работники указанных музеев совместно с представителями других культурных учреждений участвуют в разработке новых туристских маршрутов. Среди созданных в последние годы особенно выделяются «Губахинский променад», объединяющий точки в городском пространстве и природные достопримечательности вокруг горы Крестовой; «Астафьевская линия», соединившая микропространства Чусового так или иначе связанные с творчеством В.П. Астафьева; «Прогулки по соцгородку» (г. Лысьва). Новым предлагаемым маршрутом является «Улица советского периода», разрабатываемый для повышения туристской привлекательности микрорайона Старый город в Чусовом.

Таким образом, можно отметить новые виды туристской активности историко-культурной направленности, помимо природно-ориентированных, появившиеся в Горнозаводском Прикамье в последние десятилетия: ностальгический, литературный, познавательный, фестивальный, квесты по развалинам и прочее, что увеличивает туристские потоки в городах и способствует организации круглогодичной аттрактивности территории.

Существуют и другие признаки трансформации старопромышленных территорий в направлении развития туристско-рекреационной сферы. В том числе мы можем отметить увеличение количества организаций, предоставляющих услуги гостеприимства. Особенно выделим г. Губаху, где значительно увеличился номерной фонд коллективных средств размещения. Более того, новая городская гостиница «Серебряная мечта» находится в здании бывшего механического завода. Сегодня это крупный гостинично-развлекательный центр с залом для боулинга, рестораном и большим танцевальным залом. Рядом с ним построен новый крытый ледовый дворец «Губаха». Увеличивается номерной фонд в специальных гостевых домах для туристов-сплавщиков в пос. Усьва и Тёплая Гора. Еще больше изменений связано со сферой общественного питания, что заметно не только в Губахе, но и в Чусовом, Лысьве и, даже, Кизеле.

Ярким примером трансформации является освоение рекреационного пространства у т.н. Голубых озер в Александровском районе.

Бывшие известняковые карьеры ОАО «Березниковский содовый завод» превращены в пруды с возможностью пляжного отдыха, проведением различных фестивалей и праздников. Совершенствуются технологии взаимодействия с туристами, внедряются интерактивные способы проведения экскурсий (аудиогиды, электронные QR-коды и пр.), используются информационно-коммуникационные технологии (все крупные музейные объекты и другие культурные учреждения имеют свои постоянно обновляемые сайты, ведут официальные страницы в социальных сетях).

Следствием реализации проектов по развитию туристско-рекреационной аттрактивности является изменение городского ландшафта и повышение качества городской среды: 1) создаваемые объекты индустрии гостеприимства используются и местным населением; 2) обновлены центральные площади городов Губаха и Лысьва; 3) произошли изменения в городских парках культуры и отдыха, появились новые скверы (например, Исторический сквер в Чусовом; QR-сквер в Губахе; сад поэта во Всеволодо-Вильве); 4) благоустроены территории около основных объектов культурно-досуговой сферы. Атрибутом происходящих изменений мы можем назвать широкое распространение арт-объектов. Так, в Губахе за 2012–2018 гг. установлено 5 новых памятников и 1 фонтан, в т.ч. «Музыка северного ветра», «Памятник пермскому геологическому периоду», «Лодочник» и пр. Большое количество арт-объектов можно найти на площадке перед Губахинским краеведческим музеем; в Лысьве — 1 (композиция «Крылатые качели»).

В то же время нельзя не отметить, что развитие туристско-рекреационной сферы в Горнозаводском Прикамье находится на начальной стадии. В список десяти наиболее популярных объектов Пермского края попадает лишь ООПТ местного значения Каменный город, включенный в 2018 г. в состав природного парка «Пермский». Можно выделить следующие проблемы функционирования туристской активности:

1) отсутствие системности в развитии отрасли в Горнозаводском Прикамье и в Пермском крае в целом. Принимаемых мер в области региональной и муниципальной политики недостаточно. Особенно значимо отсутствие общекраевой стратегии развития туризма;

2) отсутствие опыта в продвижении территории в туристско-рекреационном плане, меньшая узнаваемость местных объектов, слабое использование (а чаще всего, отсутствие) брендингования городов, поселков или отдельных дестинаций;

3) недостаточное развитие современных форм музеефикации и общения с туристами.



Рис. 4. Территориальные особенности реализации технологий промышленного туризма в городах и поселках Горнозаводского Прикамья

Реализация имеющегося историко-культурного потенциала ограничивается различными факторами: негативным экономическим имиджем, низким качеством городской среды, отсутствием разнообразия в туристских активностях. Он не полностью раскрывается даже в относительно крупных поселениях [3]. Активности страничек отдельных объектов в социальных сетях недостаточно для организации устойчивых потоков туристов: не ведется широкомасштабная рекламная компания, нет разнообразия видеороликов в сети Интернет, прочих рекламных материалов;

4) не до конца раскрыт туристско-рекреационный потенциал — отдельные направления развития просто игнорируются, считаются малорентабельными и не рассматриваются в качестве перспективных. Особенно, это касается видов туризма, связанных с историко-культурным наследием. Так, на территории Кизелбасса отсутствует специальная площадка, которая могла бы раскрыть особенности технологического процесса добычи и переработки углей (по примеру законсервированных шахт Рура или Силезии). Так и не получил должного развития в туризме материал, связанный с «французским» этапом строительства и функционирования Чусовского металлургического завода, который мог бы придать столь необходимый городу им-

Направление развития промышленного туризма

- - посещение промышленных предприятий;
- - трансформация старых промышленных площадок в новые туристские объекты;
- - разработка новых туристских маршрутов;
- - стимулирование изменений в городской среде или инфраструктуре;
- - производство сувенирной продукции;
- - промышленно-туристская активность практически отсутствует

Населенные пункты

Александровск - города
Углеуральский - рабочие поселки

пульс, улучшить городскую инфраструктуру в промышленно нагруженном микрорайоне Старый город, о чем мы писали ранее [3]. Кроме того, сохраняющиеся корпуса работающих и закрытых заводов могли быть использованы для детских технологических парков, где каждый из посетителей мог бы приобщиться к истории своего поселения, стать сопричастным к прошлому своей малой родины;

5) географическая удаленность, периферийность положения региона как внутри Пермского края, так и в европейской части России, которая усугубляется недостаточностью развития транспортной инфраструктуры и малой емкость туристского рынка, меньшей туристской привлекательностью. Еще одним ограничивающим фактором является развитие индустрии гостеприимства, которая во многих поселениях отсутствует, слабо развита или имеет недостаточно высокие функциональные качества;

6) малая активность местного сообщества и бизнеса в туристско-рекреационной сфере, что связано как с нетрадиционностью данного вида деятельности для Горнозаводского Прикамья, так и с меньшей пассионарностью жителей микрорегиона.

Следствием указанных проблем является территориальная неравномерность развития

промышленного туризма в микрорегионе, различный уровень его воздействования в функциональных трансформациях городов и рабочих поселков (рис. 4).

Наибольшее количество трансформаций характерно для Губахи, а также других относительно крупных промышленных центров востока Пермского края: Чусового и Лысьвы. Из рабочих поселков разнообразие направлений реализации туристских технологий характерно для Всеволодо-Вильвы. В большинстве других поселений промышленный туризм представлен единственным направлением – эпизодическим посещением промышленных предприятий. В другой большой группе поселений промышленно-туристская активность практически отсутствует (например, г. Гремячинске, поселках Углеуральский, Скальный, Кусье-Александровский, Юбилейный и пр.).

В заключении отметим, что реализация туристско-рекреационного потенциала в Горнозаводском Прикамье хотя и не может обеспечить условия для решения всех проблем социально-экономического развития его поселений, но может способствовать снижению степени напряженности ситуации на рынке труда, обновлению качества городской среды, замедлению миграционного оттока населения. В этой связи направления использования возможностей промышленного туризма должны все сторонне поддерживаться властью, бизнесом и местной общественностью.

Библиографический список

1. Волков С.К., Морозова И.А. Нужно ли развивать в России промышленный туризм? // Актуальные научные исследования в современном мире. 2016. №8-1. С. 26–30.
2. Зырянов А.И. Проблемы развития регионального туризма // Современные проблемы туризма и гостеприимства: материалы проф. лектория: учеб. пособие. Пермь, 2013. С. 151–163.
3. Лучников А.С. Использование историко-культурного наследия для развития туризма в Горнозаводском Прикамье // Культурно-исторические наследие как фактор устойчивого развития территории: материалы всерос. науч.-практ. конф. Соликамск, 2019. С. 75–83.
4. Лучников А.С. Трансформационные изменения в развитии промышленного производства Пермского края: анализ тенденций и перспективы // Экономико-географический вестник Южного фед. ун-та. 2009. № 6. С. 85–93.
5. Лучников А.С. Трансформация промышленных структур Горнозаводского Прикамья // Геопоиск-2016: сб. материалов I всерос. конгресса молодых ученых-географов. Тверь, 2016. С. 462–477.
6. Лучников А.С., Боронникова Е.А. Туристская микрogeография Губахинского городского округа Пермского края // Туризм в глубине России: материалы III междунар. науч. семинара. Пермь, 2014. С. 178–181.
7. Мажар Л.Ю. Теоретические основы изучения трансформации территориальных общественных систем региона // Методология и методика региональных исследований: из прошлого в будущее: материалы школы-семинара молодых ученых. — Смоленск, 2010. — С. 205–211.
8. Стародубровская И., Лободанова Д., Борисова Л., Филиюшина А. Стратегии развития старопромышленных городов: международный опыт и перспективы в России / под ред. И. Стародубровской. — М.: Изд-во Института Гайдара, 2011. — 248 с.
9. Семнадцать самых красивых и необычных пещер Пермского края. URL: <https://www.kp.ru/best/perm/17caves/> (дата обращения: 15.08.2019).
10. Сплав по рекам Пермского края. URL: <http://komanda-k.ru/Россия/сплав-по-рекам-пермского-края> (дата обращения: 15.08.2019).
11. Фирсова А.В. Туризм во Всеволодо-Вильве: от гуманитарного знания — к социальному действию // Россия и ее регионы в полимасштабных интеграционно-дезинтеграционных процессах. Материалы междунар. Научн. конф. в рамках VIII Ежегодной научной ассамблеи Ассоциации российских географов-обществоведов. 2017. Изд-во: Пермский государственный национальный исследовательский университет (Пермь), 2017 г. С. 603–608.

Д.С. Князева, И.Л. Вольхин

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 911.3

СЕМЬ ЧУДЕС ГРЕМЯЧИНСКОГО РАЙОНА КАК БРЕНД ТЕРРИТОРИИ

Выделены основные туристские объекты Гремячинского района. Проведено территориальное районирование по доступности туристских объектов. Сделан сравнительный анализ туристских объектов по критериям уникальности, доступности, эстетической ценности, узнаваемости и посещаемости. По результатам выделены семь основных достопримечательностей Гремячинского района. Проведен анализ исторических гербов Гремячинского района, установлено, что они не отражают туристскую привлекательность местности. Разработан вариант логотипа и описана его символика, представлены варианты туристских слоганов.

Ключевые слова: *территория, зонирование, активный туризм, логотип, бренд, Гремячинский район.*

D.S. Knyazeva, I.L.Volkhin

Perm State University

SEVEN WONDERS OF THE GREMYACHINSKY DISTRICT AS A BRAND OF THE TERRITORY

The main tourist sites of the Greymachinsky District were distinguish. Territorial zoning for the availability of tourist sites was done. Comparative analysis of tourist sites according to the criteria of uniqueness, accessibility, aesthetic value, recognition and attendance was made. According to the results, seven major attractions of the Greymachinsky district were identified. The analysis of the historical emblems of the Greymachinsky district was made, it was established that they don't reflect the tourist attractiveness of the area. Version of logo has been developed and its symbolism described; variants of tourist slogans are presented.

Keywords: *territory, zoning, active tourism, logo, brand, Greymachinsky district.*

Гремячинский район находится на востоке Пермского края, площадь района — 1321,1 км². Климат — континентальный. 95 % территории округа покрыто елово-пихтовыми и березовыми лесами [2]. На территории Гремячинского муниципального района сосредоточены природные ресурсы, которые осваиваются и используются в промышленности: лес, известняк и кирпичные глины. Имеются также месторождения подземных вод, которые используются для нужд водоснабжения населения, комму-

нального хозяйства и промышленности. В районе есть рекреационные ресурсы, способствующие развитию разных видов активного туризма: горнолыжного спорта, речных сплавов, экскурсий к памятникам природы, промыслового-заготовительного туризма (охота, рыбалка и сбор дикоросов). Район обладает достаточным природным и историческим потенциалом, способным стать основой для становления и развития туристской отрасли [8]. Учитывая, что активно развивается экологический туризм, а здоровый образ жизни становится модным, развитие туризма на территории Гремячинского района является актуальным.

Развитие туризма в районе необходимо для повышения узнаваемости территории, привлечения новых туристов со всей России. Кроме того, территория Гремячинского района и такие объекты как Усьвинские столбы, Каменный город и заповедник Басеги включены в территорию природного парка «Пермский» [3,6,7]. Это зна-

© Князева Д.С., Вольхин И.Л., 2019

Князева Дарья Сергеевна,

магистрант географического факультета, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
knyaginya_stilya@mail.ru

Вольхин Игорь Львович,

к.физ.-мат. н., доцент, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
volkhin@psu.ru

Таблица 1

Объект	Уникальность	Посещаемость	Доступность	Эстетическая ценность	Узнаваемость	Итого	Ранг
Басег	5	3	3	5	5	21	7–8
Каменный город	5	5	5	5	5	25	1
Французские скалы (водозабор)	4	4	4	5	3	20	9–10
Сухой лог (пещеры)	5	4	5	3	5	22	6
Бывший Водозабор (Шумихинский)	4	3	4	5	4	20	9–10
Сухие пороги	4	4	4	5	4	21	7–8
Усьвинские пороги	4	5	5	5	5	24	2–3
Усьвинские столбы	5	5	4	5	5	24	2–3
Белые камни	4	5	5	4	5	23	4–5
Еловый лес	3	3	5	3	2	16	13
р. Усьва	3	5	5	5	5	23	4–5
Висячий мост в пос. Усьва	5	3	5	3	3	19	11
р. Вильва	3	3	5	4	3	18	12
озеро Горное	5	3	5	4	3	20	9–10

чит, что в районе необходимо разработать новые туристские продукты, обустроить маршруты, создать новую инфраструктуру, а также выполнить маркетинговое продвижение территории, направленное на увеличение числа туристов. Увеличение потока в свою очередь повлечет за собой привлечение денежных средств в бюджет Гремячинского района и Пермского края, за счет увеличения потока туристов и использования ими предлагаемыми на территории услуг.

В данной статье перед нами стоит ряд задач: а) выделить основные туристские достопримечательности Гремячинского района, на которые будет нацелено продвижение и брендирование территории; б) разработать логотип и создать описание туристского образа территории.

Гремячинский район богат своими природными ресурсами и памятниками, на его территории расположены и охраняемые туристские объекты, такие как заповедник Басеги, природный памятник Каменный город и Усьвинские столбы. Живописный вид на горы Басеги открывается с урочища Белые камни — памятника природы, расположенного вдоль трассы Чусовой-Губаха, в 1 км от отворота на Гремячинск. От Белых камней до гор Басеги 55 км по прямой. Также интересны объекты, которые пока не имеют статуса охраняемых, но являются не менее привлекательными: Французские скалы и расположенный рядом с ними бывший Шумихинский водозабор; Сухой лог — памятник природы с системой карстовых пещер (Геологов 1, Геологов 2, Геологов-3 или «Медвежья», Придорожная, Безголовская, Усьвинская Ледяная, Ребра, Гrot треугольный и Новогодняя). По реке Усьве, недалеко от заповедника Басеги, расположены Сухие пороги, а вблизи поселка Усьва — Усьвинские пороги, которые привле-

кают экстремальных туристов. В поселке Усьва через реку перекинут висячий мост, который тоже можно отнести к туристским объектам, так как многие приезжают сюда, чтобы пройтись по нему и сделать красивые фотографии. Окрестности п. Усьва стали местом съемки известного художественного фильма «Географ глобус пропил» по одноименному роману А.В. Иванова [1]. Есть в районе и вторая сплавная река — Вильва, по которой весной сплавляются экстремалы туристы-водники, однако летом она мелеет и мало пригодна для сплава. В городе Гремячинск расположено озеро Горное, которое набирает популярность среди отдыхающих. Еловый лес и его весенне-осенние дары от лекарственных трав до грибов и ягод являются прекрасным дополнением для привлечения туристов. Из вышеперечисленных объектов, предлагаем выделить 7 лидирующих и обозначить их как «7 чудес Гремячинского района».

Для определения основных туристских достопримечательностей было проведено ранжирование объектов (таблица 1). Оценка производилась по баллам от 1 до 5, где 5 — максимально близкое по критерию, а 1 — отдаленное от него. Для оценки были выбраны следующие критерии: уникальность, посещаемость, доступность, эстетическая ценность и узнаваемость объекта. Все оценки были поставлены субъективно автором, с учетом мнения специалистов кафедры туризма ПГНИУ.

В результате проведенной оценки туристских объектов Гремячинского района, лидером стал природный памятник Каменный город, который и занимает первое место в списке «7 чудес Гремячинского района». При анализе оказалось, что несколько объектов получили равное количество баллов и претендуют на одинако-

вые места в списке «7 чудес района». Так Усьвинские столбы и Усьвинские пороги оказались на 2 и 3 местах, по ранжированию. Предлагаем 2-е место присвоить Усьвинским столбам, так как они имеют большую уникальность, вынесены на обложки многочисленных печатных изданий [1], узнаваемость территории Гремячинского района связана именно с ними. Тогда на 3 месте окажутся Усьвинские пороги. Места 4–5 делят Белые камни и р. Усьва. Распределить их по местам достаточно сложно. Однако принимая во внимание больший туристский поток, проходящий через Белые камни, их удачное географическое расположение вблизи автомобильной дороги и круглогодичную доступность мы присваиваем им 4-е место, реке Усьва — 5-е. Далее на 6-ом месте расположился Сухой лог с пещерами. Заповедник Басеги и Сухие пороги делят 7–8 места, в связи с их труднодоступностью. За счет своей уникальности на 7-ое место ставим заповедник Басеги, а Сухие пороги на 8-ое. Они уже не входят в список 7-и чудес Гремячинского района, но находятся недалеко от заповедника и будут хорошим дополнением к 7-му чуду. Остальные объекты не вошли в список 7 чудес района, но являются так же прекрасным поводом для посещения, тем более что все они находятся в зоне доступности, а некоторые расположены вблизи с объектами, вошедшими в список 7 чудес Гремячинского района. Далее приводится более подробное описание 7 чудес Гремячинского района:

1. Каменный город — одна из главных достопримечательностей Пермского края. Это геоморфологический памятник в виде останцев выветривания. Каменный город — отрог древнего Уральского кряжа — Рудянский спой, с абсолютной высотой 526 м. над уровнем моря, он представлен нижнекаменоугольными кварцитопесчаниками. Миллионы лет назад песчаные кварциты нижнего карбона слагали русло большой реки, впадавшей в Пермское море. Косая слоистость песчаников связана именно с этим с потоками воды. Затем дельта окаменела. А в более близкие геологические времена русло было вздыблено вверх тектоническими процессами и между песчаниками образовались глубокие трещины и пустоты. Эоловые процессы: мороз, ветер, перепад температуры сделали причудливыми останцы Каменного города. Получился комплекс огромных камней, расположенных таким образом, что создается впечатление города [12]. И все здесь как будто настоящее: и узенькие улочки, и широкие проспекты, и тупики, и площадь, и арки-ворота в город. По такому городу можно бродить часами, можно даже и заплутать, если попадаешь сюда впервые. «Живут» в Каменном городе и свои жители: Большая и Малая Черепахи, Пернатый страж, Крыса,

Тюлень, Идолы и другие. Каменные валуны получили такое название за необыкновенное сходство с этими животными и по праву считаются символами Каменного города [10].

2. Усьвинские столбы — это огромный каменный массив на правом берегу реки Усьвы, сложенный известняками. На камнях можно встретить отпечатки древних кораллов, брахиопод и другие окаменелости, напоминающие о том, что много миллионов лет назад здесь плескалось море. Не менее интересны Столбы с исторической точки зрения. Благодаря своей уникальной форме скалы издревле привлекали людей. Способствовало этому и большое количество пещер и гротов. Особенно интересны те, которые служили древним людям приютом в далёком прошлом. Так, например, грот Столбовой, который попадётся туристам в ходе подъёма на Столбы, являлся палеолитической стоянкой и мастерской древних людей. Здесь были найдены остатки древнего костра, а также остатки оружия и сплавов [11].

3. Усьвинские пороги — после впадения в Усьву притока Вынырок появляется польня. На этом месте находятся знаменитые Усьвинские пороги, ради которых каждую весну приезжают сплавляться туристы не только из Пермского края, но и со всей страны. Здесь проводятся соревнования по технике водного туризма. Летом река популярна для сплавов среди начинающих туристов [11].

4. Белые камни — По дороге из г. Чусового в сторону Губахи растет густой таёжный лес, который после отворота на Гремячинск, уступает место горному криволесью, а в стороне от дороги сквозь просвет открывается вид на долину реки Большая Гремячая. Здесь же выходят и небольшие живописные скалы из песчаника, называемые Белые камни. Кварцевый песчаник подобен тем, что выходят в Каменном городе, так что Белые камни его своеобразный «младший брат». Белые камни — отличная обзорная площадка. В хорошую погоду отсюда виден хребет Басеги. К сожалению, сейчас почти вся поверхность скал изрисована разными надписями. Поэтому идеальное время для посещения Белых камней — это зима, когда надписи практически не видно, зато деревья покрываются снежными шубами и превращаются в красивые снежные скульптуры. Снежный панцирь на ёлках — признак севера. Низкое северное небо. Незабываемое зрелище! [10]. Следует отметить, что «Белые камни» является ближайшей к г. Перми панорамной точкой, с которой открывается вид на боковой хребет Уральских гор.

5. Река Усьва — правый приток Чусовой (впадает в нее близ города Чусовой). Ее длина — 266 километров. Название реки произошло от коми-пермяцких слов «усьны» — «падать»

и «ва» — «вода». То есть Усьва — «падающая вода». Вода в реке чистая и прозрачная. Практически везде хорошо видны камни на дне. Река вскрывается ото льда в конце апреля — начале мая. И с этого момента, и вплоть до сентября на реке всегда много любителей сплава. При этом река Усьва извилистая, быстрая и мелкая [11].

6. Сухой лог (пещеры) — Участок правого склона Сухого Лога между поселками Шумихинский и Юбилейный (г. Гремячинск) с известняковыми скалами и пещерами. Пещеры образовались в светло-серых массивных известняках визейского и серпуховского ярусов и расположены в пределах Усьвинского спелеологического участка Кизеловско-Яйвинского спелеологического района. На участке находятся 11 карстовых пещер и гротов и один карстовый мост. Пещера Геологов-2 (протяженность 3400 м) с большими сталактитовыми гrotами с натечными образованиями и подземным ручьем является второй по глубине в Пермской области. Ледяная пещера протяженностью 85 м имеет многолетний подземный ледник мощностью 6 м. На территории Сухого Лога имеются пещеры Придорожная, Новогодняя, Печка и гrot Треугольный [5,12].

7. Заповедник Басеги — заповедник создан с целью сохранения крупного массива коренных среднеуральских елово-пихтовых лесов, расположенных в предгорьях хребта Басеги. Леса заповедника представляют собой последний не вырубленный таежный массив западной части Среднего Урала, и поэтому являются эталонным объектом естественных таёжных экосистем [10].

На основании данной таблицы было проведено пространственное районирование на топографической основе контурной карты Гремячинского района [8], нанесены районы доступности и туристские объекты (рис. 1).

Осевой линией Гремячинского района, вокруг которой сосредоточены основные туристские объекты является река Усьва. Второй автор статьи многократно совершил сплавы по реке Усьва и на основании личного опыта рекомендует прохождение реки Усьва от Сухих порогов до пос. Мыс. При этом можно посетить все 7 чудес Гремячинского района. При заброске на автомобиле повышенной проходимости последовательно по ходу движения осматриваются Белые камни, совершается короткий радиальный выход в Каменный город и район Сухого лога с посещением одной из пещер (рекомендуется Геологов-2). При наличии разрешения (выдается в администрации заповедника в г. Гремячинск) следует посетить заповедник Басеги и подняться на вершину Северного Басега. Отсюда открывается великолепная панорама горы Осянка. Далее на машине доезжаем до разрушенного

моста через р.Усьва. Здесь собираются ката-мараны и начинается сплав, по ходу которого преодолеваются Сухие пороги и Усьвинские пороги. Остановка у Усьвинских столбов предполагает треккинг на их вершину и осмотр «Черты гальца». Заканчивается маршрут в пос. Мыс. Таким образом, за 7 дней можно совершить увлекательнейшее путешествие и посетить все 7 чудес. Девиз путешествия семь чудес Гремячинского района за семь дней. Река Усьва является традиционным местом проведения летних практик студентов кафедры туризма ПГНИУ [4].

Нашей первой выполненной задачей стало определение основных туристских объектов Гремячинского района. Таким образом, мы выявили семь главных и обозначили их как «7 чудес Гремячинского района». Приступая к решению второй задачи — разработке логотипа и описания туристского образа территории, мы обратимся к статье «Бренды и территории» Алексея Мельникова, который использует такое понятие как «архетип города». Определение архетипа города, по его мнению, поможет определить сильную идею территории для его развития и продвижения. На уровне гипотезы он предлагает следующие архетипы: территории-правители (столицы), территории-мудрецы (университетские центры), территории-шуты (города-центры развлечений), территории-воины (Герои) (военные базы) и так далее [5]. Определяя архетип для города Гремячина, обращаемся к истории его основания. Он был образован во время войны в 1941 году, как шахтерский поселок, а в 1949 г. получил статус города [2]. Поэтому определяя архетип Гремячина, ему можно присвоить образ «труженик». В 40-х и 50-х годах он развивался как угледобывающий город и с прилегающими шахтами входил в состав Кизеловского угольного бассейна. Жизнь в нем «кипела», но в конце 60-х, угольные пласты вырабатывались, шахты закрывались, город постепенно терял свою значимость и в 90-е годы превратился в маргинальную территорию. В настоящее время Гремячинскому району необходим новый импульс для дальнейшего развития.

Если посмотреть на карту Гремячинского района (рис. 1), то можно увидеть, что центральной линией является река Усьва. Боковые хребты Уральских гор Басеги и Рудянский спой вместе с рекой образуют территорию высокого ландшафтного контраста. Этот уникальный природный комплекс является основной аттрактивностью Гремячинского района и обладает потенциалом для развития туризма. Одним из способов привлечения туристов является создание узнаваемого логотипа района. Изучив исторические гербы города Гремячина (рис. 2), можно сделать вывод, что они не подчеркивают туристскую привлекательность тер-



Рис. 1. а) Районы доступности; б) контурная карта зоны доступности; в) контурная карта, наложенная на космическую съемку

ритории и говорят лишь о промышленной деятельности города, в то время как район, с 1970-х имеет устойчивую туристскую специализацию в сегменте активного туризма.

Для решения данной задачи мы обратились за помощью к сотрудникам кафедры туризма. За основу логотипа было предложено взять основные символы характеризующие объекты 7-и чудес Гремячинского района. Такие как: ель — символ леса и природных даров района, горы с тремя вершинами — заповедник Басеги, извилистая река — река Усьва и Усьвинские пороги, человек с рюкзаком — турист, вверху название ГРЕМ — сокращенное название Гремячинска. Данные элементы предлагается заключить в форму капли, расположенную горизонтально, что графически повторяет форму территории заповедника Басеги. Предложенный логотип можно будет использовать для изготовления магнитов, брошек, подвесок, печати на одежде и туристской эки-

пировке. Цвета логотипа: серый — земля, горы, пещеры, скалы; лазурный — вода, река, небо; белый — снег; черный — турист, ель. В итоге получился логотип, предложенный сотрудниками кафедры туризма ПГНИУ (рис. 3, а). Первым автором был предложен логотип, представленный на рис. 3, б. За основу логотипа взяты также основные символы 7-ми чудес Гремячинского района, которые сложены в форме буквы «Г». Использованы цвета: голубой — водные ресурсы района (река и пороги), зеленый — лесные ресурсы района (еловый лес и его дары), коричневый — горы и пещеры района. Было принято решение уйти от традиционного изображения символов, и отобразить данные ресурсы цветом и графикой. Волнистая голубая линия — река, зеленая неровная линия — еловый лес, коричневая прямая линия — горы, пещеры и скалы. Помимо этого, символична сама буква «Г» — она включает в себя буквы Р, Е и М, что обозначает



Рис. 2. Гербы г. Гремячинск, утвержденные в разные годы
а) 1949 б) 1995 в) 2007

краткое название города Гремячинска — ГРЕМ, которое популярно у местных жителей. Аббревиатуры жители используют в каждом городе, но о них мало кто знает, если это не крупный город-миллионник или туристский город, поэтому мы решили отметить это на логотипе. Черный контур данных букв символизирует заповедник Басеги и его три вершины: Северный, Средний и Южный Басеги. Логотип можно использовать для печати на туристском снаряжении, одежде и обуви, а также стандартной сувенирной продукции: кружки, магниты, зонты, ручки, блокноты, календари и другие.

Для привлечения творческих людей предлагаем администрации Гремячинского городского округа объявить открытый конкурс на разработку лучшего логотипа Гремячинского района, а также конкурс на создание звучного слогана района. Ниже представим некоторые возможные варианты, которые были предложены первому автору статьи личными знакомыми и высказаны в беседах со специалистами. Ниже приводятся возможные слоганы:

- Наедине с природой.
- Почувствуй свою природу.
- Природа зовет.
- Окунись в мир природных чудес.
- 7 чудес за 7 дней.
- Выбери свое чудо.
- Твоя Природа или город! Что выберешь ты?
- Мой ГРЕМ!
- Город с чудесами.
- Район природных чудес.
- Чудесный Гремячинский район.
- Открой чудеса Гремячинска.
- Каким открыл его ты?
- А что ты знаешь о чудесах Гремячинского района?

В результате написания статьи были выделены основные туристские объекты Гремячинского района, проведено районирование территории и сделан анализ исторических гербов района. Разработаны и описаны варианты логотипа района, предложены туристские слоганы.

Результаты проведенных исследований могут быть использованы администрацией Гре-

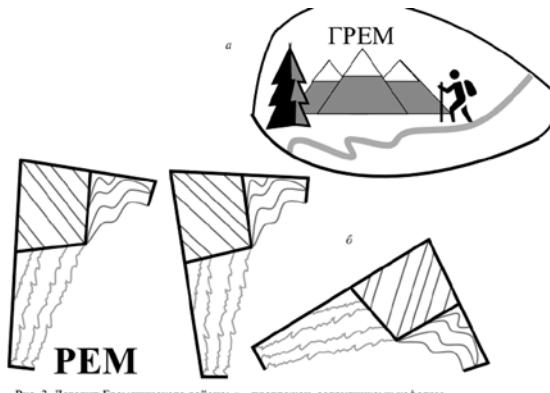


Рис. 3. Логотип Гремячинского района
а) предложен сотрудниками кафедры туризма;
б) составлен первым автором

мячинского городского округа, при проведении мероприятий по развитию туризма, привлечению потока туристов, повышению узнаваемости района и его достопримечательностей.

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. Гремячинский городской округ. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (Дата обращения 11.02.19).
3. Зырянов А.И., Королев А.Ю., Мышилявцева С.Э., Сафарян А.А. Организация территорий активного туризма на Урале / Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т. 11. № 3. С. 130–141.
4. Королев А.Ю. Учебные полевые практики кафедры туризма ПГНИУ: логика построения и выбор района / География и туризм. 2018. № 2. С. 105–110.
5. Мельников А.Д. РЫНКИНГ, или Особенности национального бранд-менеджмента. М.: «Вершина», 2006 г., 240 с.
6. Мышилявцева С.Э. Туристско-рекреационное обоснование создания природного парка «Усьвинский» в Гремячинском и Чусовском районах Пермского края. Географический вестник № 4 (23), 2012. — С. 89–96.
7. Мышилявцева С.Э. Туризм в Пермском крае: учеб.-метод. Пособие / С.Э. Мышилявцева; Перм.гос.нац.иссл.ун-т. — Пермь, 2012. — 140 с.
8. Приложение ArcMap. URL: <http://desktop.arcgis.com/ru/arcpy/> (Дата обращения 22.03.19).
9. Стратегия социально-экономического развития Гремячинского Гремячинского муниципального района на период до 2025 года. URL: <http://gremokrug.ru/esonomika/1416-201712301708.html> (Дата обращения 15.09.2018).
10. Сайт базы Горное озеро — достопримечательности района. URL: <http://www.go159.ru> (Дата обращения 15.12.18).
11. Сайт Ураловед — информация о достопримечательностях Пермского края. URL: <https://uraloved.ru> (Дата обращения 12.12.18).
12. Ширинкин П.С. Книга легенд. Туристские легенды Пермского края / П.С. Ширинкин. — Пермь, 2013. — 395 с.

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>).

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Е.Н. Волк

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 338.486

УПРАВЛЕНИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯМИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ

Рассмотрены основные современные тенденции в потребительском поведении и их влияние на деятельность гостиничных предприятий. Претензия на персонализацию в сервисе, недостаток живого общения, быстротечность времени, стремление быть успешным, усталость от темпов жизни и другие изменения в поведении потребителей оказывают влияние на все отрасли экономики, в том числе и на гостиничный бизнес. В статье выявлены основные изменения в работе гостиничных предприятий, которые произошли благодаря этим тенденциям, исследованы основные направления деятельности гостиниц для создания положительных эмоций и незабываемых впечатлений у гостей, а также приводятся примеры из зарубежного опыта. Кроме того, автор обращает внимание на проблемы, которые могут возникнуть у гостиниц при перенесении этого опыта на свое предприятие.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, тренды, поведение потребителей, впечатления, эмоции.

E.N. Volk

Perm State National Research University

MANAGING EXPERIENCES IN THE HOSPITALITY INDUSTRY: TRENDS AND CHALLENGES

Annotation: The article describes the main current trends in consumer behavior and their impact on the activities of hotel enterprises. The claim for personalization in the service, the lack of live communication, the transience of time, the desire to be successful, fatigue from the pace of life and other changes in consumer behavior have an impact on all sectors of the economy, including the hotel business. The article identifies the main changes in the work of hotel enterprises that have occurred due to these trends, examines the main activities of hotels to create positive emotions and unforgettable experiences for guests, as well as provides examples from foreign experience. In addition, the author draws attention to the problems that may arise in hotels when transferring this experience to their company.

Keywords: hotel business, trends, consumer behavior, experience, emotions.

Современный человек живет в условиях постоянного дефицита времени и огромного потока информации, который обрушивается на него каждый день. В меняющемся мире

меняются привычки, предпочтения, установки и ценности людей. Потребители все чаще принимают решение о покупке, исходя не из рациональных мотивов, а спонтанно, внезапно, незапланированно. Это относится как к выбору предметов гардероба, так и поездки в отпуск.

По мнению некоторых экспертов в области маркетинговых прогнозов, в потребительском поведении будут все больше проявляться-

© Волк Е.Н., 2019

Волк Елена Николаевна,

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

Lekos1@yandex.ru

ся следующие тенденции: во-первых, в связи с насыщением рынка товарами и услугами, возникает новая разновидность потребительской ценности — впечатления. Имеющиеся в изобилии на рынке продукты компаний уже не представляют для современного человека особой ценности, он ищет впечатлений и готов за них платить. Во-вторых, потребитель все чаще заявляет о своих личных предпочтениях и требует индивидуального подхода. Люди хотят получить продукт, в максимальной степени соответствующий их предпочтениям, вкусам, внутреннему миру. В-третьих, с увеличением продолжительности активной жизни, все больше людей зрелого возраста (50–60 лет) ведут насыщенную событиями жизнь, участвуя в спортивных мероприятиях, путешествуя и получая второе (третье, и т.д.) образование. В-четвертых, современный человек все больше ощущает быстротечность времени, чему способствует огромный поток информации, событий, стирание информационных и территориальных границ. В связи с этим возникает желание прожить это время полноценно, разнообразно и интересно. Человек выбирает быть успешным в своей профессии, оставаться хорошим родителем, а также «примерить» роль спортсмена и художника, ученого и музыканта, и объездить весь мир, и всё это одновременно. Чтобы всё успеть, потребитель зачастую наполняет деятельностью 24 часа в сутки, которых тем не менее не хватает. Поэтому он использует отпуск и уикенд, чтобы погрузиться в новую жизнь. В-пятых, наряду с людьми, жаждущими перемен, все чаще появляются потребители, стремящиеся снизить темп жизни. Они устали от бешеных ритмов и предпочитают выйти из гонки хотя бы на время (*Downshifting*). В-шестых, с развитием Интернет-пространства, социальных сетей и on-line общения, людям все больше не хватает «живых контактов» (*off-line*). Проблема одиночества в многолюдном мире все больше тревожит современного человека. Эти и некоторые другие тенденции служат сигналом бизнес-сообществу для корректировки своих направлений развития.

Сегодня много говорят и пишут о подходах, которые максимально ориентированы на клиентов. Компании все чаще заявляют о своей клиентоориентированности. Они изучают потребности клиента и предлагают наиболее подходящий для него продукт, с учетом его индивидуальности. Другой подход, провозглашающий ориентацию на клиента, называется «удовлетворенность клиента» (*customer satisfaction*). Цель данного подхода: сделать все возможное, чтобы потребитель ушел из магазина, ресторана или другой сервисной

организации полностью удовлетворенным. Для этого характеристики товара или качество услуги должны соответствовать ожиданиям клиента. Таким образом в приоритете снова оказывается продукт, а не клиент. При этом абсолютно не учитывается то, как потребитель чувствует себя, используя приобретенный продукт, какие эмоции или ассоциации вызывает у него покупка и сервис. Модель удовлетворенности клиента при таком подходе сосредоточена скорее на функциональности продукции, чем на переживаниях потребителя [1, с. 4].

В современных условиях недостаточно предоставить клиенту товар или услугу надлежащего качества, а затем спросить его доволен ли он покупкой. При ответе на вопрос о том, какие у клиента остались впечатления, отзыв не обязательно будет позитивным. Эмоции, полученные во время совершения покупок, включают в себя нечто большее, нежели просто приобретение желаемого продукта. Они определяются всем тем, что сопровождало процесс покупки: место расположения компании, наличие парковки, приветливость персонала, звуки и запахи в помещении, удобное размещение продукта и информации о нем, тележка для покупок, скидки, и др. Таким образом, сегодня для получения конкурентного преимущества, не достаточно замерять уровень удовлетворенности клиента предоставленной услугой. Главный вопрос звучит так: «Что вам запомнилось?».

Особенно ярко это проявляется в сфере туризма, где есть масса возможностей испытать незабываемые впечатления. Задача работников туристской отрасли так организовать путешествие, чтобы гость получил все то, чего он хотел и даже немного больше. Таким образом во время путешествия закладывается потребность в следующей поездке, формируются ожидания новых положительных эмоций.

Гостиничный бизнес является неотъемлемой частью индустрии туризма и отвечает, в основном, за предоставление ночного отдыха во время путешествия. Как гостиничный бизнес может создать благоприятные впечатления, насколько они важны туристам в путешествии и зачем это нужно гостинице?

Значение отдыха во время путешествия трудно переоценить, поскольку от ночного сна во многом зависит восстановление жизненных сил и энергетический подъем. От правильного отдыха у гостя создается соответствующий настрой на предстоящий день, формируется нужная почва для восприятия событий. Положительное впечатление от пребывания в гостинице стимулирует гостя к рассказу о ней среди своих близких, друзей и знакомых, что приводит к появлению новых клиентов и форми-

рованию базы постоянных гостей. От этого во многом зависит успех гостиницы. Так по данным ЕИ (Европейского института торговли), до 40% выручки обеспечивают именно постоянные клиенты гостиниц, не говоря о том, что затраты на привлечение новых клиентов в 11 раз превышают расходы на удержание уже имеющихся. Наличие постоянной клиентской базы обеспечивает возможность стабилизации объемов продаж [3]. А компания Ritz-Carlton в результате исследования выявила следующее: по-настоящему вовлеченный гость оставляет в гостинице на 23% больше денег, чем обычный постоялец [2].

Как создать у гостя нужное впечатление и положительные эмоции, когда у каждого человека свое понимание позитива? Что нужно сделать, чтобы гость почувствовал себя частью жизни отеля, захотел снова вернуться и сохранил впечатления до следующего посещения? Для ответа на эти вопросы обратимся к опыту отечественных и зарубежных гостиниц.

Для реализации индивидуального подхода в обслуживании клиентов, гостиницы собирают информацию о каждом госте, всесторонне изучая его жизнь. Детальный анализ строится на основе следующих источников информации: 1) система бронирования отеля позволяет отследить какие категории номеров рассматривал гость, в какое время, на какие периоды планировал размещение, что из дополнительных услуг включил в бронь, какие акции его привлекли и т. д. 2) сайт отеля позволяет отследить сколько времени гость провел на сайте, какие разделы его больше всего привлекли, что именно побуждает его к выбору конкретной гостиницы и др. 3) через социальные сети ведется поиск информации о хобби, событиях семейной жизни, профессиональных достижениях и т. д. 4) наблюдение за бытом гостя во время проживания в отеле позволяет выяснить удобно ли расположена мебель в номере, пользуется ли гость и какими предметами личной гигиены, какую прессу (книги) читает и др. 5) персональное общение с гостем позволяет сотрудникам отеля в непринужденной беседе выяснить привычки, предпочтения и индивидуальные особенности гостя. Главной задачей подобной персонализации клиентского опыта является создание особой эмоциональной атмосферы от момента бронирования до послепродажного сервиса [4].

Наступает «золотой век персонализации» и гостиничные предприятия в ответ на растущие ожидания потребителей стремятся обеспечить индивидуальный подход к каждому постояльцу. Провайдеры гостиничных технологий разрабатывают инструменты, которые сделают

пребывание гостя на 100% индивидуальным: для их идеальных критериев отеля, даже для их предпочтений в еде и музыке.

Отели реагируют на эту тенденцию, уделяя особое внимание тому, чтобы их гости чувствовали себя уникальными личностями, чтобы успеть еще до отъезда гостя создать у него незабываемые впечатления, а в следующий приезд сделать пребывание в отеле еще более комфортным. И здесь возникает первое противоречие, суть которого заключается в том, что при всей необходимости персонального подхода возникает важный вопрос: хотят ли гости, чтобы информация личного характера была известна отелю, систематизировалась и хранилась в его архивах и использовалась в дальнейшем? Насколько далеко могут зайти отели в своем желании узнать больше подробностей из опыта гостя? Сегодня в мировой практике уже есть случаи, когда гости отказываются от уборки в номерах, чтобы ограничить проникновение персонала на свою территорию. Бьорн Хэнсон, профессор Центра туризма и гостеприимства им. Джонатана Тиша при Нью-Йоркском университете, сообщил, что «люди по необъяснимым причинам то больше, то меньше беспокоятся о своем личном пространстве, и прямо сейчас мы проходим этап максимального невмешательства. Некоторых всерьез беспокоит, что кто-то переставляет их зубные щетки» [5].

Кроме того, возникает еще одна проблема: мы никогда не сможем узнать все о госте, поскольку в его жизни, привычках, предпочтениях постоянно происходят изменения, а его впечатление зависит от многих, неподконтрольных гостинице факторов. Например, уровень ожиданий, предыдущий опыт, состояние здоровья и др.

Гостиницы, заботящиеся о создании положительных ярких впечатлений у своих гостей, сегодня помимо изучения их индивидуальных особенностей, ориентируются на тенденции в потребительском поведении. Основные направления для создания у гостя уникального впечатления от контакта с гостиницей:

- **Прямое бронирование.** Отели заботятся о том, чтобы упростить процедуру бронирования внедряют технологии, позволяющие сделать удобным и упростить весь процесс обслуживания гостей от начала до конца. При этом стремятся взять под контроль от чего зависит общее впечатление гостя об отеле, и может быть испорчено неправильным действием посредников (например, турагентств, сервисов бронирования и др.). Отельеры берут на себя ответственность за каждую отдельную стадию пути клиента и, таким образом, создают ценные впечатления.

■ **Впечатления и эмоции в питании.**

Большое внимание уделяется вариантам питания и разнообразию ресторанов, качеству и разнообразию блюд, кулинарным урокам и демонстрациям, мероприятиям по приготовлению еды и свежим органическим продуктам из садов на территории отеля и оранжерей. Курорты Карисмы, например, известны как «все включено» для гурманов, и они действительно угощают гурманам. В Мексике гости их курорта El Dorado Royale могут присоединиться к зрителям в кулинарном театре Fuentes, демонстрационной кухне в стиле Food Network. Karisma Resorts также сотрудничает с Jackson Family Wines и Canadian Beef и проводит еженедельные мероприятия, посвященные их продуктам. Курорт Excellence Resorts также специализируется на разнообразных кухнях и сотрудничает с несколькими брендами на Карибах и в Мексике, которые предлагают 10 международных ресторанов и до 16 баров. Ritz-Carlton Lake Tahoe теперь предлагает приемы икры и коктейлей в номере, а также уроки приготовления пасты в номере с шеф-поваром курорта.

■ **Дизайн.** Тенденция заключается в том, чтобы гости чувствовали, что находятся в специально оборудованной комнате. Каждый номер гостиницы отличается чем-то особым; будь то предметы искусства, мебель или даже конфигурация. Если раньше во главу угла ставили домашний уют, то теперь акцент делается на гостя. В оттенках серого, черного и коричневого, человек выделяется, а комната играет вспомогательную роль. Беатрис Дж. Де Смит, директор по продажам Hilton Puerto Vallarta, сказала: «Компании выходят из традиционных установок и планировок, чтобы представить новые пространственные решения. Например, вместо того чтобы иметь U-образную форму или обстановку в номере, предоставляют комбинацию мебели для создания разных пространств в одной комнате [7]. Также в интерьере номеров все чаще отражается история бренда, чтобы можно было с его помощью общаться с гостем. И эта история должна соответствовать местным условиям и предпочтениям сообществ, в которых отели работают. Особенно это прослеживается в позиционировании таких гостиничных брендов как Marriott и AccorHotels [6].

■ **Погружение в местный колорит.**

Современные отельеры ставят задачу уделять больше внимания впечатлениям гостей не только внутри отеля, но и за его пределами. Они применяют в работе гораздо более целостный подход к общему впечатлению гостей, чем использовали раньше. Для этого отели предлагают своим гостям собственные

туры и экскурсионные программы. Например, отель El Ganzo в Лос-Кабосе предлагает туры, которые доставляют гостей не в коммерческие, а в аутентичные места, где они могут пообщаться с садоводом или местным рыбаком, который прожил в Лос-Кабосе всю свою жизнь. Впечатления, которые гости получают от посещения таких объектов, находящихся в стороне от традиционного туристского маршрута, становятся открытием и главной кульминацией экскурсии. Путешественники, которые хотят погрузиться в местный культурный колорит, получают истинный опыт, испытывая то, что (где и как) делают местные жители. Например, Waldorf Astoria Resort, приглашает гостей в центр Рима на мастер-класс по изготовлению сандалий. Владельцы Le Mastro предлагают советы по изготовлению обуви и дизайну, а затем гости создают собственную пару итальянских кожаных сандалий.

■ **Трансформационные путешествия.**

Все больше гостей стремятся к саморефлексии и саморазвитию в своих путешествиях, чтобы соединиться с человечеством и природным царством и вернуться домой другими, с измененными взглядами и более глубоким пониманием мира, в котором они живут. Отели поддерживают их в этом стремлении. Они создают события, которые позволяют путешественникам бросить вызов самим себе и принять участие в различных мероприятиях от предложения медитативного ретрита до содействия волонтерской работе с некоммерческими организациями по сохранению самобытного местного сообщества.

■ **Внедрение новых технологий.**

Современные отели все чаще прибегают к IoT (Internet of Things), который представляет собой сеть связанных через интернет объектов, способных собирать данные и обмениваться данными, поступающими со встроенных сервисов. Это могут быть любые автономные устройства, подключённые к интернету, которые могут отслеживаться и/или управляться удалённо. Так, в гостиничном номере, который Marriott разработал совместно с Samsung и Legrand SA, можно найти душ, который запоминает температуру воды, которую обычно предпочитает гость, цифровые «картины» на стенах, которые можно заменить на семейные фотографии, и зеркала со встроенными дисплеями, способные показывать видео по голосовому запросу. Технология сегодня меняет правила игры. Большинство гостей уже разбираются в технологиях и хотят остаться в дружественной к ним атмосфере. Отели все больше оснащают комнаты гаджетами и игрушками, такими как планшеты, голосовые помощники, моторизованные шторы, авто-

матическое освещение и многое другое. Эти типы оборудования легко доступны на рынке и по выгодным ценам.

Искусственный интеллект является незаменимым помощником сборе информации о гостях (*big data*), и если все сделано правильно, это поможет улучшить работу любого отеля. Вооружившись такими инструментами, как управление доходами и чат-боты, отели увеличивают индекс удовлетворенности гостей и свой доход [7]. Однако, при постоянном внедрении все новых и новых технологических разработок в отеле можно столкнуться с проблемой недостаточной подготовленности гостей, а также к неравнозначной и неуместной замене живого общения искусственным интеллектом (например, Henn-na Hotel в Японии, где постояльцев обслуживают роботы-порттье). Опыт работы таких отелей показал, что гости в большинстве своем предпочитают контактировать с человеком нежели с машиной.

■ **Совместное проживание.** Эта концепция возникла на фоне недостатка off-line общения между людьми. Отели начинают восстанавливать ту роль, которую они когда-то играли как общественные центры, только на этот раз они эволюционируют для решения задач, уникальных для современности. Преимущество, которое отели имеют по сравнению с домашним размещением, такими как Airbnb или HomeAway, это именно то, что они играют роль настоящего центра, где незнакомые люди могут действительно собраться вместе. В центральном вестибюле отеля гости могут собраться для общения с другими постояльцами или местными жителями. Отельеры уделяют все больше внимания тому, чтобы гости чувствовали себя так, будто они действительно «живут здесь».

Генеральный директор AccorHotels Себастьян Базин затронул тему привлечения внимания местного населения к услугам отеля. Он разработал концепцию отеля как «место, которое облегчит людям жизнь». Местные жители часто нуждаются в услугах, которые предоставляет отель, но в 90 % случаев не осмеливаются зайти поскольку не живут в нем. Тем не менее есть множество услуг, которые можно получать и не проживая в отеле, такие как хранение пакетов или ключей, или мероприятия на территории (в ресторанах, кинотеатрах, открытых площадках и др.). Отель может стать местом встречи местного сообщества с гостями города.

■ **Устойчивое развитие.** Еще одно направление работы отелей по созданию благоприятного впечатления гостей. Путешественники все больше осознают свой

углеродный след и стремятся свести его к минимуму везде, где только могут. Отели, которые принимают эти ценности и реализуют их в своих стенах, не только принимают больше гостей, но и сокращают энергозатраты и экономят деньги. Отели работают в разных направлениях: от действий, которые сразу видны гостям (например, системы энергосбережения и политики повторного использования полотенец), до усилий, предпринимаемых за кулисами (облачные (безбумажные) системы управления отелем, повторное использование воды и др.).

Эти и многие другие направления работы, которые отели используют для создания впечатлений гостей, могут носить кратковременный характер, а могут оставаться актуальными на протяжении десятилетий. Но некоторые вещи, как понятно, останутся неизменными: отели всегда должны быть открыты для изменений, будь то в форме новых технологий или новых взглядов на путешествия. И, конечно, хорошее гостеприимство и искренний сервис никогда не выходит из моды и остается постоянным источником положительных эмоций и незабываемых впечатлений.

Библиографический список

1. Волк Е.Н. Инструменты трансформации в сервисной деятельности. Beau Basson: Lap Lambert Academic Publishing. 2018. — 56 с.
2. Мичелли Дж. А. Ritz-Carlton: золотой стандарт гостиничного бизнеса нового тысячелетия / Джозеф Мичелли; пер. с англ. В.И. Иващенко. — М.: Эксмо, 2009. — 320 с.
3. Райхельд Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непрекращающей ценности: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — 384 с.
4. Степанова В.Е. Основные тенденции управления доходами в гостиничном бизнесе [Текст] // Экономика, управление, финансы: материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2018 г.). — Краснодар: Новация, 2018. — С. 161-165. — URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/264/13664/> (дата обращения: 09.04.2018).
5. 7 трендов гостиничного бизнеса в 2018 году. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://hoteliernews.ru/7-trendov-gostinichnogo-biznesa-v-2018-godu/> (Дата обращения: 05.10.2018).
6. Skift. Ting D. 10 Hotel Trends That Will Shape Guest Experience in 2017. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://skift.com/2017/01/03/10-hotel-trends-that-will-shape-guest-experience-in-2017/> (Дата обращения: 27.12.2017).
7. Rosen C. Hotel Trends 2019: What You Need to Know [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://travelmarketreport.com/articles/Hotel-Trends-2019-What-You-Need-to-Know> (Дата обращения: 17.03.2019).

И.Г. Овчинникова

ОА «Отель Прикамье», директор, г. Пермь

УДК 338.46

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ НА РЫНКЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Представлен анализ рынка гостиничных услуг, а именно факторы, под воздействием которых, формируется спрос и перспективные сегменты потребителей. На основе исследований и конкретных примеров показано, что к любым потребителям необходим индивидуальный подход, который является частью современного конкурентоспособного сервиса. В статье сделан акцент на том, что спрос на гостиничные услуги может формироваться под воздействием особенностей развития определенных потребностей общества, появление которых связано с развитием человеческого потенциала, стремлением к здоровому образу жизни, улучшением демографической ситуации, воспитанием патриотических качеств. Объектом исследования в данной статье будут являться спортивные группы, предметом — определение новых групп потребителей и их потребностей на предприятии АО «Отель Прикамье».

Ключевые слова: потребности, целевые группы, индивидуальный подход, экономика впечатлений, возвышение потребностей, принципы работы гостиничного предприятия.

I.G. Ovchinnikova

Director of PJSC «Hotel Prikamie», Perm

THE FORMATION OF NEEDS IN THE MARKET OF HOTEL SERVICES

The article represents market analysis of the hotel services, namely, which factors form the demand and which consumer segments are perspective. It has been shown on the basis of studies and specific examples that all consumers need individual approach, which is a part of modern competitive service. In the article is emphasized that the demand for the hotel services can be formed under the influence of society, especially its development peculiarities and particular needs extolling, which appeared in the result of human capacity development, healthy lifestyle tendency, positive demographic changes, patriotic qualities fostering.

Keywords: needs, consumer focus groups, individual approach, economy of impressions, needs extolling, new hotel business principles.

Выбор и изучение целевой аудитории относится к числу довольно сложных процессов. От того с какими потребителями готово работать предприятие сферы услуг, чьи потребности оно может удовлетворять, зависят финансовые показатели деятельности, имиджевая составляющая, возможность выполнения значимых социальных задач. В динамично развивающейся рыночной среде ключевыми становятся потребительские ценности, поскольку они являются отправной точкой жизнедеятельности человека и основой развития всего общества. Для того,

чтобы предприятию определить ожидания своих клиентов, четко сформировать принципы систематизации потребностей, разработать инструменты и механизмы работы по их удовлетворению, необходимо определить рынки целевых групп и сделать правильный выбор.

Современная научная и учебная литература содержит различные методики определения целевой аудитории. Но она не содержит обоснованного и общепринятого принципа работы с индивидуальными потребностями. Как правило, определяя потребителей по качественным характеристикам, в теории и практике стараются объединить всех их в группы по определенным факторам (материалы семинара Ия Имшинецкая, создатель технологии системного продвижения, Таблица 1 и Таблица 2).

© Овчинникова И.Г., 2019

Овчинникова Ирина Геннадьевна,
директор АО «Отель Прикамье»;
ovig@list.ru

Факторы, определяющие потребителей в целевые группы на рынках B2C (Business-to-Consumer).

Таблица 1.
Качественные характеристики аудитории в сфере B2C

ФАКТОРЫ	ПРИЗНАКИ
Культурные	Культура — система ценностей в отдельно взятом маркетинговом пространстве Субкультура — часть культуры, выделенная по религиозному или национальному принципу Функциональная или имиджевая модель поведения
Социальные	Семейное положение — наличие семьи и ее этапы: Бездетная; с детьми до 4 лет; с детьми с 4 до 18 лет; «опустевшее гнездо»; один супруг на пенсии; оба супруга на пенсии. Роль (установка на покупку товара) Место жительства: город, сельская местность
Личностные	Возраст Пол Род занятий (профессия) Экономическое положение Хобби Образование
Психологический	Мотив

Виды мотивов	
Эмоциональные: Любовь к детям. Любовь к животным. Любовь к природе. Экзотика. Уникальность и новизна. Узнавание нового. Потребность делать подарки. Власть и влияние. Соответствие полу. Национальная гордость. Апелляция к национальной культуре. Свобода. Присоединение к группе. Семья, любовь и защита. Ностальгия. Помощь. Избавление от неприятностей. Индивидуальный подход, избранность. Запах. Вкус. Комфорт. Красота. Благополучие близких. Авантуризм, смелость. Боязнь одиночества. Превосходство. Лень. Боязнь боли. Страх. Забава и игра. Счастье. Романтика и секс. Отдых. Амбиции, честолюбие. Симпатия. Вина. Любопытство. Кураж. Нетерпение. Зависть.	Рациональные: Срочность. Комплексность обслуживания. Близость к дому (экономия времени). Выезд на дом. Квалификация персонала. Конфиденциальность. Физическое благополучие и здоровье. Безопасность. Экономия денег, нервов и других ресурсов. Эффективность. Надежность. Устойчивость, стабильность. Обогащение. Полезность.

Факторы, определяющие потребителей в целевые группы на рынках B2B (Business-to-Business) (таблица 2):

- Производственно-экономические критерии;
- Критерии запроса;
- Личные критерии;
- Мотивы;
- Личные мотивы сотрудников компании.

Таблица 2.
Качественные характеристики аудитории в сфере B2B

КРИТЕРИЙ	ХАРАКТЕРИСТИКИ
Производственно-экономический	Отрасль предприятия — потребителя Совершенство технологического процесса, применяемого на предприятии — клиенте Размер
Критерии запроса	Можем ли обеспечить решение специфических проблем заказчика в области закупки
Формы взаимоотношений с поставщиком	Долгосрочное сотрудничество Разовая закупка
Личные критерии	Должность — можно ли аппелировать к качественному выполнению должностных инструкций
Мотивация	Корпоративный мотив Бизнес-мотивы Личные мотивы сотрудников компании
Корпоративный мотив	соответствие корпоративным ценностям организации — клиента.
Бизнес — мотивы	<ul style="list-style-type: none"> общая репутация поставщика условия платежа приспособляемость к потребностям заказчика комплексность поставки надежность продукта наличие послепродажного обслуживания техническая спецификация простота действия или пользования простота сохранения и ухода повышение имиджа компании — покупателя повышение доли рынка компании — покупателя экономия денег, нервов, времени, труда, материалов обучение, предполагаемое поставщиком продолжительность необходимой подготовки соблюдение сроков поставки наличие сертификата
Личные мотивы сотрудников компании	<ul style="list-style-type: none"> карьера репутация личное обогащение

При анализе потребностей современного человека (потенциального клиента) недостаточно только классических подходов, поскольку для того, чтобы быть конкурентоспособным важны личностные ценности, впечатления, ощущения и мысли. Сегодня, в условиях интенсивного развития экономического, технического и других процессов, возвышение потребностей общества является одной из ключевых задач современного предприятия, в особенности сферы услуг.

Зарождение потребностей общества и их развитие предполагает постоянное исследование внешней среды, а именно, реальных экономических и социально-культурных процессов. Это позволяет составить цельное представление о формирующихся потребностях.

О любой потребности можно говорить как о продукте истории. В зависимости от того, какие сферы жизнедеятельности общества являются перспективными с точки зрения благоприятного влияния на экономические показатели, культурное развитие, развитие нации и т.д. формируется определенная система и структура потребностей, и, как следствие, определяются способы удовлетворения потребностей.

Своевременное выявление текущих потребностей общества и перспективных рынков позволит сервисному предприятию определить перспективные потребительские сегменты, сформировать новый продукт, удовлетворяющий новые потребности, и улучшить свои финансовые показатели.

Одним из важнейших направлений при выборе целевой аудитории является определение эмоционального портрета современного потребителя. Для этого нужно ответить на несколько вопросов:

1. Что он чувствует? Он раздражен? Взволнован? Испытывает любопытство?

2. О чем он думает? Представляет, как он удивит своих друзей и коллег?

3. Каковы его ожидания? Он ждет скорости в обслуживании? Гибких тарифов?

В данной статье представим анализ формирования потребностей на рынке гостиничных услуг при работе с конкурентным сегментом рынка, а также покажем, как изменились финансовые показатели деятельности предприятия после 2014 года до 2018 г.

Экономическая ситуация, складывающаяся с 2014 года в Российской Федерации, оказала влияние на спрос в сфере гостиничных услуг, уменьшила загрузку и выручку предприятия в последующие годы.

Лишь всесторонний анализ и исследование рынка, всех процессов, выражющих устойчивые связи между разными экономическими показателями, позволяют понять руководителям предприятия, что для достижения максималь-

ной финансовой эффективности, необходимо пересмотреть потребности общества.

Есть потребности населения, которые формируются не под воздействием экономических, научно-технических факторов, а основываются на сохранении наиболее значимых, ценных сторон жизнедеятельности общества. Это, в первую очередь, развитие человеческого потенциала, улучшение демографической ситуации и улучшение качества жизни населения страны, воспитание патриотизма. Выполнение этих задач в 2009 году было возложено на Министерство спорта РФ, была утверждена «Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года». Целью Стратегии является создание условий, обеспечивающих возможность для граждан страны вести здоровый образ жизни, систематически заниматься физической культурой и спортом, получить доступ к развитию спортивной инфраструктуры, а также повысить конкурентоспособность российского спорта [2].

Также в декабре 2018 года был утвержден Национальный проект «Демография», в структуре которого значится федеральный проект «Спорт — норма жизни», его целями являются создание для всех категорий и групп населения условий для занятия физической культуры и спорта, массовый спортом, в том числе повышенный уровня обеспеченности населения объектами спорта, а также подготовка спортивного резерва. Сроки реализации проекта 1 января 2019 г. – 31 декабря 2024 г. [3].

Доказательством тому, что развитие физической культуры и спорта становится нормой жизни и влияет на рост определенных потребностей населения (потребность занятием спортом) приведем основные показатели эффективности развития физической культуры и спорта, которые установлены в Плане деятельности Министерства спорта Российской Федерации на 2016–2021 годы [4]:

1. Увеличение доли граждан Российской Федерации, систематически занимающихся физической культурой и спортом, в общей численности населения (3–79 лет) до 40 % к 2020 году;

2. Повышение уровня обеспеченности населения спортивными сооружениями, исходя из единовременной пропускной способности объектов спорта, в том числе для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов до 48 % к 2021 году;

3. Увеличение доли граждан Российской Федерации, выполнивших нормативы Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) до 45 % к 2021 году, из них учащихся и студентов до 70 %;

4. Увеличение доли учащихся и студентов, систематически занимающихся физической

культурой и спортом, в общей численности учащихся и студентов до 82 % к 2021 году;

5. Увеличение доли российских спортсменов, ставших призерами Олимпийских игр, в общем количестве российских спортсменов, участвующих в Олимпийских играх, до 31,1 % к 2020 году;

Промежуточные результаты в феврале 2019 года озвучил министр спорта Павел Колобков: «...по статистике прошедшего года, доля россиян, занимающихся спортом, составляет 36,8 % граждан, однако к концу 2019 года планируется увеличить этот показатель до 38%... Спорт должен стать нормой жизни для каждого человека. В связи с этим запущен проект «Спорт – норма жизни», в рамках которого предусматривается подготовка тренерских кадров, поддержка спортивных клубов, в том числе выделением грантов, проведение соревнований, развитие инфраструктуры, а также развитие нескольких массовых видов спорта, таких как хоккей и футбол» [5]. Перед Минспортом поставлена задача до 2024 года вовлечь 55 % граждан РФ в занятия спортом [5].

Также Президент Российской Федерации неоднократно обращал внимание, что стратегические задачи спортивной отрасли необходимо продолжить реализовывать, ставить новые цели и разрабатывать программы до 2030 года.

В период реализации этих задач в стране прошли крупные международные спортивные соревнования (по данным www.ratanews.ru):

1. Чемпионат мира по хоккею 2016 г. в Москве и Санкт – Петербурге;
2. Кубок Конфедерации по футболу в 2017 году;
3. Чемпионат мира по футболу в 2018 г.
4. XXIX Всемирная зимняя универсиада 2019 году в г. Красноярск.

Конечно, эти события вызвали динамичный рост гостиничного бизнеса и гостиничных статистических показателей в городах, принимавших эти турниры.

Например, в Москве загрузка составила по итогам шести месяцев 72 %, ADR (Averagedailyroomrate — средняя стоимость номера) достиг 11,2 тыс. руб. В Санкт-Петербурге — загрузка 55 %, ADR — 8,8 тыс. руб.

Таким образом, можно утверждать, активное развитие спортивной отрасли, повлияло на гостиничный бизнес, на востребованность спорта среди населения и на появление потребностей на услуги размещения. В условиях развития конкуренции гостиницам необходимо создавать продукты, в основе которых используются принципы экономики впечатлений.

Пермский край активно вступил в реализацию государственной Стратегии и сегодня одним из основных лозунгов развития субъ-

екта является «Пермский край — территория спорта». Уже сейчас реализуются программы «Школьный спортивный клуб», «Тренер нашего двора», «Мы выбираем спорт». На систематической основе в Перми проводятся спортивные мероприятия «Пермский международный марафон», «Лыжня России», «Кросс наций» и т.д.

Реализуются они для достижения масштабной задачи — вовлечь в спортивную жизнь к 2020 году 40 % жителей края. Помимо этого, Пермский край стремится принимать у себя крупные международные и российские соревнования, такие как: Первенство России по фигурному катанию — 2019 году (до 400 участников); Всероссийские соревнования юных хоккеистов «Золотая шайба» им. А.В. Тарасова (до 1200 участников); Всероссийские соревнования по баскетболу среди команд общеобразовательных организаций в рамках Общероссийского проекта «Баскетбол — в школу» (до 800 участников); Финальные этапы Кубка мира по прыжкам с трамплина (до 100 участников и до 4 тыс. болельщиков); Чемпионат России и первенство среди юниоров по тайскому боксу — 2019 (более 600 участников) и др.

Приведенными фактами, автор статьи попытался дать обоснование тому, что национальные цели и общероссийские тенденции, несмотря на все негативные явления в экономике, повлияли на развитие потребностей в спорте и, как следствие, формирование нового сегмента рынка гостиничных услуг — это участники, организаторы, тренерский состав, болельщики спортивных мероприятий различного уровня от любительского спорта до профессионального, приезжающие на соревнование и нуждающиеся в услугах размещения.

Закономерностью данного процесса стало формирование спроса на гостиничные услуги среди спортивных групп. В данной статье не будут раскрыты технологии работы со спортивными группами, поскольку основные механизмы и инструменты составляют коммерческую тайну отеля и с помощью них создаются конкурентные преимущества. Единственное, на что можно обратить внимание для определения и качественного обслуживания новых гостей, необходимость ответить на несколько вопросов:

1. Отвечает ли ваш продукт ожиданиям целевой аудитории? (Здесь стоит обратить внимание на особенности продукта, ценовую политику, систему управления персоналом и т.д.).

2. Свободен ли данный сегмент от конкурентов?

3. Достаточно ли у вас возможностей для того, чтобы быстро проводить изменения в своем предложении для Гостей, достигая наибольшего удовлетворения их потребностей?

4. Имеется ли четкое позиционирование отеля для работы на данном сегменте рынка?

5. Имеются ли возможности отеля для построения логистики гостевых потоков, поскольку интересы разных групп потребителей не могут пересекаться, соответственно, удовлетворение потребностей одних Гостей не должно мешать проживанию других постояльцев;

6. Есть ли возможности продолжать реализовывать в отеле принципы индивидуального подхода? Даже в отношении групповых заездов спортивных команд должны применяться положения экономики впечатлений.

7. Как будет выстраиваться маркетинговая деятельность отеля по поиску новых потребителей и продвижение отеля с помощью PR и эмоционального маркетинга?

Далее стоит обратиться к изменениям финансовых показателей деятельности отеля «Прикамье» (таблица 3).

Таблица 3.
Статистические показатели деятельности отеля 2015–2018 гг.

Год / показатель деятельности	2015	2016	2017	2018
Выручка, тыс. руб.	50 811	42 912	43 983	48 094
Загрузка, %	30	28	29	35
ADR	2938	2902	2828	2655
Рентабельность продаж, %	30,3	16,4	27,7	37

В продолжение анализа рассмотрим финансовые показатели, достигнутые при работе с сегментом рынка — спортивные группы.

Отель «Прикамье» с новым сегментом рынка начал активно работать с 2016 года, когда стала ясна ситуация, что после 2014 года изменился объем спроса по определенным потребительским сегментам. В таблице приведены данные по работе со спортивными группами после 2016 года (рис. 1). До этого года специальной работы по предоставлению услуг этой категории потребителям отелем не осуществлялась. Из диаграммы видно, что практически в два раза увеличилась выручка предприятия при работе со спортивными группами.

Для значимости и наглядности объяснения деятельности по работе со спортивными группами, рассмотрим в динамике только период январь–март за 2017, 2018, 2019 годы (рис. 2).

Также появление новых потребительских сегментов рынка позволило отелю выровнять недельную и ежемесячную загрузку. Значит, для сезонности, являющейся особенностью гостиничной услуги, можно найти способы,

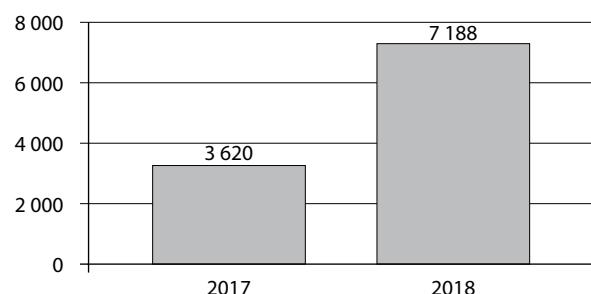


Рис. 1. Выручка от спортивных групп (тыс. рублей)

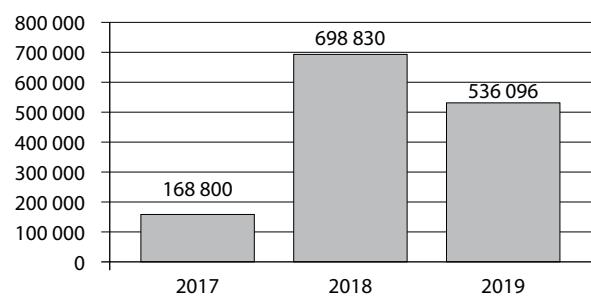


Рис. 2. Показатели выручки от спортивных групп в период январь–март 2017, 2018, 2019 гг. (рублей)

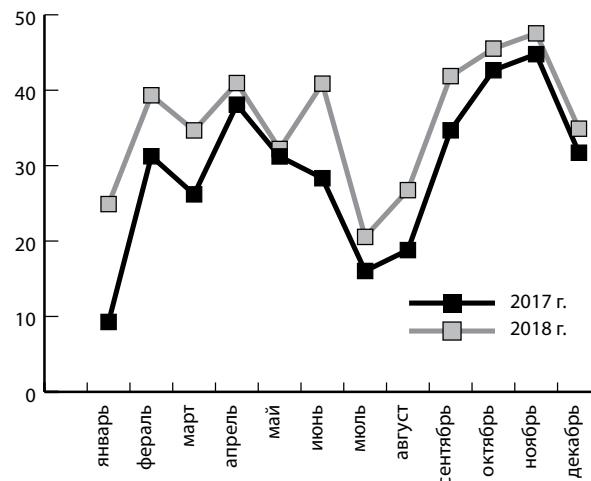


Рис. 3. Уровень загрузки (Occupancyrate) (%)

снижающие ее влияние. Для этого представим уровень загрузки (*Occupancyrate*) за каждый месяц деятельности отеля в 2017–2018 гг. (рис. 3). Общая загрузка в 2017 г. — 28,80%; в 2018 — 34,55%.

Стоит отметить, что рост приведенных статистических показателей в деятельности отеля не зависит только от этого сегмента, отель продолжает сотрудничать с постоянными клиентами (бизнес-туристами) и расширяет клиентскую базу за счет других перспективных сегментов рынка гостиничных услуг (например, туристские группы, творческие коллективы). Спортивные группы в данной статье выступили только примером для обоснования основной проблемы, которая рассматривалась автором. Также стоит отметить, что в этот период была оптимизирована организационная структура предприятия, были разработаны новые бизнес-

процессы, произошли изменения в структуре затрат, пересмотрена маркетинговая деятельность и работа службы продаж и т.д.

Таким образом, подходы, применяемые в исследовании потребностей, в определении целевой аудитории и организации работы с новыми сегментами рынка позволяют своевременно и быстро сориентироваться в существующих условиях, однако закономерность этих шагов в современном мире не всегда соблюдается. Большинство руководителей предприятий привыкли работать с естественными факторами внешней среды, влияющими на рынок и его участников, это, в первую очередь, экономические и научно-технические. Как показали приведенные аргументы, не всегда именно эти факторы воздействуют на изменение потребностей и уровень потребления, в нашем случае, гостиничных услуг.

Представляется целесообразным пояснить, что экономические факторы, как правило, напрямую влияют на соотношение спроса и предложения, научно-технический прогресс, обеспечивает количественное возрастание потребностей на принципиально новой качественной основе.

Современные потребности — это здоровый образ жизни, гармоничное развитие, улучшение всех сторон жизнедеятельности человека, получение эмоций, развитие личного потенциала. Таким образом, личные потребности населения становятся частью спортивной жизни страны, что влияет на конъюнктуру и емкость рынков, в нашем случае, на рынок гостиничных услуг.

Своевременное выявление новых тенденций в спросе повлияло на изменение предложений со стороны отеля. Новые тенденции

спроса были обусловлены динамично меняющимися потребностями населения и поддержкой правительственные программ.

Эффективность работы с новыми группами потребителей, в нашем случае, измеряется увеличением загрузки, ростом прибыли и изменением имиджа и репутации предприятия. На улучшение этих показателей влияют новые принципы работы отеля, основанные на внедрение новых бизнес-процессов, развитие новых способов к управлению персоналом (с использованием эмоционального интеллекта и коучинговых технологий), применение индивидуального подхода при работе с гостями, принадлежащих к разным потребительским сегментам. На основе изучения потребительского опыта, впечатлений, ощущений гостей отеля, появляются возможности к созданию новых продуктов для разной целевой аудитории.

Библиографический список

1. Приказ Министерства спорта Российской Федерации от 14 марта 2016 года № 245 «О плане мероприятий по реализации Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года» // <https://www.minsport.gov.ru>
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 августа 2009 года № 1101-р «Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2020 года» // <https://www.minsport.gov.ru>
3. Паспорт Национального проекта «Демография» от 24 декабря 2018 года № 16 // <https://www.minsport.gov.ru>
4. План Деятельности Министерства спорта Российской Федерации на 2016–2021 год от 24 мая 2016 г. № 16 // <https://www.minsport.gov.ru>
5. Владимир Путин провел рабочую встречу с Павлом Колобковым. // <https://www.minsport.gov.ru/press-centre/news/>

А.А. Лимпинская

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 337.48-2

АДАПТАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ К СОВРЕМЕННЫМ ЗАПРОСАМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ)

В статье выявлены современные требования потенциальных путешественников, и основанные на них новые тенденции во взаимоотношениях между турпродавцами и потребителями. Рассмотрены основные векторы приспособления туристского предложения современным запросам потребителей: по направлениям формирования турпродуктов для операторов, по способам продвижения и персонализации туров для агентов. Описаны механизмы адаптации классических систем бронирования под потребительские требования за счет внедрения GDS и динамического пакетирования, а также способы доведения информации об обновленных возможностях до конечного потребителя.

Ключевые слова: международный туризм, туристские запросы, туристское предложение, GDS, адаптация.

A.A. Limpiskaya
Perm State University

ADAPTATION OF THE INTERNATIONAL TOURIST OFFER TO MODERN CONSUMER REQUIREMENTS (ON THE EXAMPLE OF PERM REGION)

Modern requirements of potential tourists and new trends in relationship between sellers and consumers have been analyzing in the paper. Main vectors of tourist offer adaptation to modern consumer requirements are considered both in the direction of tourist products organization for tour operators and in the ways of promotion and personalization for tour agents. It describes the adaptation mechanisms of classic booking systems to customer requirements through the introduction of GDS and dynamic packaging as well as ways to bring information about the updated features to the end user.

Keywords: international tourism, tourist requirements, tourist offer, GDS, adaptation.

Развитие массового выездного международного туризма из г. Перми связано с появлением на рынке города крупных федеральных туроператоров в 2007 году. В период 2007–2019 гг. полетная программа неоднократно претерпевала изменения, адаптируясь под региональные потребности и внешнее воздействие. Наиболее обширно она была представлена в 2013 г. и осуществлялась по 17

направлениям, под воздействием кризиса 2014–2016 гг. и массовых банкротств операторов, в 2016 г. их количество сократилось в три раза, что привело к значительному снижению туристских потоков за рубеж. В настоящее время наблюдается постепенное увеличение числа международных туристских отбытий, которое по данным аэропорта Большое Савино (г. Пермь) достигло 230 тыс. в прошлом году против 125 тыс. в 2015 г. [7].

Несмотря на то, что сезон 2018–2019 гг. фиксирует увеличение цен туров ориентировочно на 30%, профессионалы туризма отмечают активную заполняемость чартерных направлений на ближайшие 6–7 месяцев. Можно

© Лимпинская А.А., 2019

Лимпинская Алла Андреевна,

старший преподаватель кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
alla_sid@mail.ru

считать, что последствия кризиса выездного международного туризма 2014–2016 гг., сопряженные с сокращением туристских потоков, преодолеваются, а во взаимоотношениях между турпродавцами и потребителями появились новые тенденции, в частности стремление оперативно подстраиваться и учитывать нужды покупателей-туристов.

Для анализа процесса приспособляемости международного туристского предложения г. Перми к потребительским запросам, выделим наиболее характерные требования, предъявляемые современными покупателями в целом. Среди них непременное желание смены обстановки (деятельности), хорошая ориентация в виртуальном пространстве, поиск выгоды через активное сравнение рыночного предложения по цене и характеристикам, объединение в группы по интересам для обмена новостями, полезной информацией и участия в совместных мероприятиях, быстрая смена интересов в потреблении. Современные потребительские требования находят отражение и в запросах потенциальных путешественников [1, 2, 3, 4, 8].

Устойчивым стало желание участвовать в производстве туристского продукта, быть его со-производителем. Нынешних туристов характеризует высокая осведомленность. Они ориентируются в системах бронирования, имеют знания о дестинациях, подкрепленные практическим опытом путешествий, поэтому им важно участвовать в формировании туристского продукта, с целью включения в его состав тех услуг, которые действительно ему нужны и смогут удовлетворить его потребности в полной мере.

Появилась повышенная требовательность к персонализации при выборе турпродукта. Несмотря на высокую степень самостоятельности покупателей, огромное разнообразие туристских продуктов затрудняет выбор. Возрастает роль отношения продавца к покупателю, так как только личный турагент достоверно имеет представление о требованиях конкретного путешественника и способен подобрать для него оптимальный вариант, дав ценные советы.

Актуализируется требование: *каждое путешествие новое место или новые впечатления. «Движение, быстрая смена декораций — стиль жизни»* [4, с. 25]. Массовая доступность туристских поездок сформировала опытного потребителя, которого не удовлетворяет сам факт путешествия. Требуется организация такого маршрута, опыта посещения которого не было, или же он организован таким образом, что эмоции и впечатления, которые он получит в уже известном месте, будут существенно отличаться от предыдущих.

Проявляется «отход от массовых форм туризма к альтернативному, нишевому, туризму по специальным интересам» [2, с. 27]. Люди хотят посещать места не просто для восстановления физических сил и здоровья, а с определенной тематикой, связанной с их увлечениями. Целью становится не само место, а содержание тура. Большой популярностью пользуются фото-, йога-, танцевальные туры. Появляются совершенно новые виды туризма: туры по местам катастроф, где проходили съемки фильмов или произошли климатические изменения, кулинарный туризм, медицинский туризм и даже «туризм с докторской степенью» (компания Context Travel из Филадельфии отправляет своих клиентов в путешествие по различным европейским городам в сопровождении специалистов с докторской степенью [4]). В таких путешествиях люди объединяются в группы, их связывает общее увлечение.

Согласно проведенному Интернет опросу «Туристские предпочтения жителей Урала» среди населения Пермского края в 2016 г., в ходе которого были получены ответы 406 респондентов, средний возраст путешествующих в другие страны составляет 30 лет. Более 46 % состоят в браке и имеют детей в возрасте до 12 лет, одна треть не имеют семьи. Значительная часть (40,4 %) посетили 4 и более стран, и примерно такое же число путешественников отдохивают с выездом за рубеж не реже одного раза в год. Географическое положение края, небольшое количество солнечных дней в году обуславливает желание 66,8 % опрошенных отдохнуть там, где есть море и солнце. Среди других видов отдыха высока частотность указаний на выбор спортивного и экскурсионного форм туризма [5]. Таким образом, перед нами предстает экономически активный, достаточно опытный пермяк-путешественник, преимущественно предпочитающий отдых на море с семьей или парой.

Опрос 150 профессионалов туризма (тур-агентов) г. Перми, проведенный в 2019 году на эту же тему, показал, что почти 100 % туристов удовлетворены программами массовых туроператоров, организующих прямые вылеты из Перми. Это свидетельствует, что методом проб и ошибок, туроператоры установили направления туров, интерес к которым подтверждает большая глубина продаж и полная загрузка самолетов даже при растущих ценах на них. Базовыми туристскими направлениями в летний период являются Турция, Греция, Кипр, Болгария и Тунис, зимой наибольшей популярностью пользуются страны Азии — Таиланд, Индия, Вьетнам и ОАЭ. Туры в эти страны не отличаются по содержанию у разных туропера-

торов (набор услуг, включенных в тур идентичен) и предоставляют возможности отдыха на побережье и организацию экскурсионных программ с определенной периодичностью на базе чартерной авиаперевозки.

Приведенные данные создают иллюзию о полном соответствии программ операторов потребительским запросам. Однако, это не совсем так. Возвращаясь к требованиям современных путешественников, можно заметить, что местные туристы с трудом могут быть со-производителем турпродукта, познавать новые места и впечатления и отправляться в туры по специальным интересам, пользуясь предложениями массовых туроператоров с вылетом из г. Перми, так как широта ассортимента ограничена, а пакетные туры имеют высокую степень стандартизации. При этом по данным опроса жителей Пермского края в 2016 г., только 12 % откажутся от поездки, если в выбранную страну нет вылета из Перми, 46 % респондентов отправятся отдыхать из Москвы и 37 % из Екатеринбурга. Цифры дают основание предположить, что услугами турагентств пользуются преимущественно те потребители, которые планируют вылет из Перми по базовым направлениям, а неудовлетворенные, но продвинутые пользователи, все чаще организуют путешествия самостоятельно, бронируя отели, выписывая авиабилеты, страховки онлайн с помощью агрегаторов (aviasales, momondo, booking, airbnb и др.), максимально адаптированных под туристские запросы. В результате из цепочки отношений в турбизнесе: «розничный клиент – турагент – туроператор – конечный поставщик» исключаются турагент и туроператор. Согласно данным «Большое Савино», более 50 % путешественников по международным направлениям из Перми отправляются с мая по сентябрь в Турцию, когда самолеты вылетают в эту страну 1–2 раза в день. При этом нет возможности подсчитать, сколько туристов, вылетающих в Москву с периодичностью 6–7 раз в день круглогодично, потом отправляются за пределы страны.

Профессионалы туристского рынка хорошо осознают сложившуюся ситуацию и прилагают усилия к приспособлению туристского предложения современным запросам потребителей: операторы по направлениям формирования туров, а агенты по их продвижению и персонализации. Для адаптации систем бронирования под потребительские требования, туроператоры стали проводить активную работу по внедрению GDS и динамического пакетирования в поисковиках туров [6]. GDS (Global Distribution Systems) – крупнейшие международные компьютерные системы бронирования, включающие Amadeus, Galileo, Sabre и Worldspan. Спрос

на подобные программы всегда был только у профессионалов. Модули чаще устанавливали туроператоры, реже – агентства и совсем не использовались туристами, т. к. для этого необходимы установка специальных терминалов, денежные вложений для организации работы и последующего содержания, специальное обучение. Туropераторам сегодня удалось адаптировать сложные GDS к особенностям запросов потребителей и агентов, максимально упростив их использование. Возможность самостоятельного пакетирования в режиме онлайн больше не требует специальных знаний: в удобном и понятном интерфейсе можно подобрать различные варианты отдыха на основе широкого выбора авиаперевозчиков по всему миру, что дает возможность совершать не только прямые, но и стыковочные рейсы. При этом сохраняются классические возможности оператора по предоставлению размещения, трансферов, страхования, экскурсионного обслуживания и пр., что максимально диверсифицирует предложение, даёт возможность туристику участвовать в создании турпродукта и позволяет сформировать его в соответствии с индивидуальными нуждами. Путешественники больше не ограничены рамками чартерных программ, появилась возможность самостоятельно конструировать свой маршрут, совершая остановки в пути, добавляя все необходимое и исключать ненужное. Дополнительными преимуществами является онлайн-регистрация через сайт авиаперевозчика (регистрация на чартерные перевозки до сих пор недоступна) и возможность получить проездные документы после внесения предоплаты, что повышает комфорт и безопасность в предоставлении услуг. Встроенное динамическое пакетирование реагирует на запросы потребителей, и в случае повышенного или пониженного интереса к направлению, датам тура или отелю, автоматически корректирует цену услуг, что позволяет каждому пользователю найти свою выгоду.

Положительное значение внедрения GDS в поисковики туров для развития международного выездного туризма из Пермского края очевидно для всех участников туррынка, поскольку пакетирование на базе регулярной перевозки снижает финансовые риски туроператоров, освобождая их от необходимости фрахтования воздушных судов; расширяют функционал турагентов, предоставляя легальную возможность самостоятельного формирования персонализированных турпродуктов с сохранением вознаграждения; туристы больше не ограничены чартерными рейсами, на базе регулярной авиаперевозки всегда есть возможность подобрать новый, неизведанный ранее маршрут или организовать тур по специ-

альным интересам. Все вышеперечисленные новые возможности туроператоров и агентов создают благоприятные условия для удовлетворения современных потребностей туристов, если бы не проблема незнания путешественников об этих обновленных расширенных возможностях.

Личный опыт работы в сфере туризма позволяет утверждать, что пока у покупателей сохраняется представление о том, что, обращаясь в агентство, сможешь приобрести только пакетные туры. Понимая это, профессионалы туризма стали прилагать усилия в доведении информации о своих расширенных возможностях по реализации этих требований до потенциальных покупателей. Наиболее популярным и дешевым каналом распространения такой информации являются социальные сети, предоставляющие возможность онлайн-общения с потребителями. Так практически каждое тур-агентство в Перми имеет представительство Вконтакте, а за последний год, сильно увеличилась интенсивность продвижения в Инстаграм. Популярность этого ресурса обусловлена возможностью выкладывать красочные фото, записывать видео, вести прямые эфиры, отвечать на вопросы в режиме онлайн, при этом, не надоедать туристам длинными текстами. Пока нет возможности достоверно говорить об эффективности привлечения потребителей посредством Инстаграм, но количество подписчиков и их реакция на публикации, являются индикатором заинтересованности о деятельности компании. В таблице представлено содержание страниц Инстаграм крупных сетевых агентств г. Перми.

Из таблицы следует, что ведение страниц осуществляется двумя способами: лично или от лица компании. При этом процент реакции пользователей, положительно откликнувшихся на публикацию, больше у агентств, чьи страницы ведут сотрудники компании лично. Большее количество положительных отметок у постов, содержание которых наполнено личными фотографиями сотрудников и туристов организации из путешествий, а также содержащих полезные советы, интересные маршруты, подкрепленные расчетами. Рекламные тексты, сопровождающиеся фотографиями из интернета, практически не имеют отклика пользователей. Регулярное ежедневное ведение страницы, подтверждающиеся публикациями, также поддерживает пользовательский интерес.

Приведем ряд рекомендаций, соблюдение которых способно привлечь максимальное внимание потенциальных потребителей:

- вести страницу необходимо от реально-го сотрудника, тогда потребители обращаются

к конкретному человеку, а не обезличенной организации, что позволяет установить более тесный контакт;

- публикации должны быть представлены фотографиями из путешествий сотрудников организации или туристов, а тексты написаны лично и содержать информацию о ценах на услуги в местах отдыха, полезные советы о путешествиях и описание маршрутов. Опыт турагента — возможный опыт путешественника, чем интереснее и необычнее маршруты, тем больше заинтересованных лиц. Упор необходимо делать не на пакетные туры, а на индивидуально разработанные маршруты для клиентов компаний;

- делать публикации необходимо ежедневно, подкрепляя их короткими историями, прямыми эфирами, ответами на вопросы и пр.

Успех продавцов на туристском рынке определяет сегодня не широта ассортимента, а возможность оперативно подстроиться под нужды потребителя, не вкладывая при этом дополнительных средств. Об этом свидетельствует приостановление деятельности местных туроператоров по направлению выездного международного туризма. Из 60 туроператоров, зарегистрированных в Пермском крае, только «Пегас туристик», являясь филиалом федерального ТО, имеет финансовые гарантии для отправки туристов за границу. Отказ от классического пакетирования, которое вынуждает фрахтовать воздушные судна и выкупать гостиничные квоты, вкладывая значительные денежные средства, не означает остановку продаж зарубежных тур-ров, но позволяет более гибко реагировать на потребительские запросы и находиться в меньшей зависимости от среды внешнего воздействия.

Адаптация туристского предложения под современные потребительские запросы проходит за счет диверсификации. Внедрение модулей классических GDS в современные поисковые системы туроператоров расширяет возможности пакетирования на основе регулярной авиаперевозки для турагентов и физических лиц. Расширенный ассортимент позволяет в большей степени турагентам демонстрировать свои профессиональные навыки, оказывая реальную помощь в выборе туристам, персонализируя туристский продукт и составляя уникальные маршруты. Однако вопрос о востребованности современного туристского предложения у турагентств остается открытым. Усилия, прилагаемые турагентами в доведении информации до потенциальных потребителей, являются пока малоубедительными. Отчасти это связано с необходимостью финансовых вложений для

Таблица

Содержание страниц в сети Инстаграм турагентств г. Перми

Название ТА (количество офисов, шт.)	Способ ведения страницы	Фото- контент*	Текстовый контент*	Регулярность постов	Количество подписчиков**	Отметки «Нравится»*** (процент от общего числа подписчиков)
«Финист трэвел» (3)	компания	Из сети Интернет, фото туристов	Рекламный текст, полезная ин- формация не из личного опыта	4–5 в месяц	4 700	283 (6%)
«Солана» (7)	компания	Из сети Интернет			940	65 (7%)
«Планета тур» (7)	менеджер	Личные фотогра- фии менеджеров и туристов		ежедневно	3 700	666 (18%)
«Лагуна» (3)	директор				40 000	6 822 (17%)

* содержание преобладающего большинства текстов и фотографий

**по состоянию на 03.2019г

***суммарное количество отметок за последние 5 постов

продвижения, а отчасти с недостаточной заинтересованностью, так как формирование предложений по специальным интересам и нестандартным маршрутам требует расширенных знаний профессионалов и большего количества времени, тогда как процесс реализации пакетных туров отработан и прост. Тем не менее, агентства, пренебрегающие новыми возможностями, рискуют остаться без значительного числа потребителей, требования которых не удовлетворяет набор базовых международных направлений из Перми.

Библиографический список

1. Аигина Е.В. Современные потребители туристических услуг и новые туристские продукты: путешествия, которые меняют жизнь // География и туризм: журнал №2/2018. — Пермь, 2018. С. 67–69
2. Александрова А.Ю. Новейшее представление о сфере туризма как системе // Современные проблемы сервиса и туризма: журнал №1/2014. — М.: Российский гос. ун-т туризма и сервиса, 2014. С. 24–38.
3. Джозеф Б. Экономика впечатлений: как превратить покупку в захватывающее действие/ Б. Джозеф, Джеймс Гилмор Х.; пер. Н. Ливинская, Е. Борисов под ред. В. Кулаков. — М.: Альпина Паблишер, 2018. — 384 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/74939.html>
4. Колодий Н.А. Новая экономика — экономика ощущений: учебное пособие / Н.А. Колодий. — Томск: Томский политехнический университет, 2013, 327 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/34686.html>
5. Лимпинская А.А., Харитонова Н.В. Состояние и перспективы выездного туризма в Пермском крае // Географический вестник. 2016. № 2 (37). — Пермь, 2016, С. 139–147.
6. ANEX Tour: от «массовки» к GDS, новинки и расширение внутреннего продукта — интервью о трендах-2018 URL: <https://profi.travel/articles/36051/details> (дата обращения 25.02.2019).
7. Официальный сайт Международный аэропорт «Пермь» www.avaperm.ru (дата обращения 15.03.2019).
8. Штучный товар: как устроен нишевый туризм URL: <https://style.rbc.ru/impressions/5c3616429a79472121ef2f9d> (дата обращения 20.03.2019).

ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПУТЕШЕСТВУЮЩЕЙ МОЛОДЁЖИ В ВЫБОРЕ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ)

Статья посвящена предпочтениям молодых туристов в выборе вида размещения. Представлены результаты интернет-опроса молодежи Пермского края на тему «Предпочтения молодёжи в выборе средств размещения во время путешествий», проведенного в рамках тематического исследования студенческого научного общества кафедры туризма ПГНИУ. Выявлено, какие средства размещения и почему выбирает молодежь, какими источниками информации пользуются, какие цены считает приемлемыми. По предложенным респондентам критериям оценки гостиничных организаций потребителями, составлен рейтинг предпочтений их выбора. По результатам опроса сделаны выводы и некоторые предложения.

Ключевые слова: молодежный туризм, средства размещения, предпочтение, цены, респонденты, Пермский край.

N.V. Kharitonova, V.A. Bryukhova, E.M. Yemelyanova, K.U. Salangina
Perm State University

PREFERENCES OF THE TRAVELLING YOUTH IN THE CHOICE OF MEANS OF PLACEMENT (ON THE EXAMPLE OF PERM KRAI)

Article is devoted to preferences of young tourists in a choice of a type of placement. Results of Internet poll of youth of Perm Krai on the subject "Preferences of Youth in a Choice of Means of Placement during Travel" which is carried out within thematic research of students' scientific society of chair of tourism of PGNIU are presented. It is revealed, what means of placement and why chooses youth, what sources of information use, what prices considers accepted. By the criteria of an assessment of the hotel organizations by consumers offered respondents, the rating of preferences of their choice is made. By results of poll conclusions and some offers are made.

Keywords: youth travel, means of placement, preference, prices, respondents, Perm Krai.

© Харитонова Н.В., Брюхова В.А., Емельянова Е.М., Салангина К.Ю., 2019

Харитонова Нина Викторовна,

к.э.н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет (ПГНИУ);
nina3747@mail.ru

Брюхова Валентина Александровна,

студент 3 курса географического факультета,
направление сервис, ПГНИУ,
valyabryuhova@mail.ru

Емельянова Евгения Максимовна,

студент 3 курса географического факультета,
направление сервис, ПГНИУ,
zhenia.emelianova@yandex.ru

Салангина Ксения Юрьевна,

студент 3 курса географического факультета,
направление сервис, ПГНИУ,
k.salangina@yandex.ru

В настоящее время в стране и регионах всё больше стали уделять внимания молодежному туризму, рассматривая его как самостоятельный и особый вид путешествий, в которых отдых сочетается с развлечением и познанием, поиском ценностных ориентаций и новых впечатлений. Молодым людям свойственно желание проводить время ярко и непринужденно, поэтому в этой среде особо популярны такие виды туризма как развлекательный, экстремальный (дайвинг, горные и водные лыжи, рафтинг, каякинг, спелеология). Благодаря социальным сетям, объединяющим людей для совместных путешествий, зародился Couchsurfing. Международные программы по студенческому обме-

ну активно развивают образовательный молодежный туризм с проживанием студентов на условиях взаимного посещения стран, что позволяет получить новые знания, познакомиться с культурой других стран, найти новых друзей и знакомых. В последние годы наблюдается тенденция увеличения молодых «путешественников с рюкзаками» — backpackers, которые путешествуют автостопом, или на велосипедах, или пользуются только общественным транспортом и не прибегают к помощи туристских фирм. Те, кто считает себя backpackers, ищут контакты со своими попутчиками не только с целью знакомства, но и узнать о возможностях недорого размещения и питания. Законодательство к молодежи относит людей в возрасте от 14 до 30 лет. Исследователи молодежного туризма считают, что его специфика заключается в экономичности: молодые люди готовы экономить на всем, начиная от транспорта и заканчивая местом проживания и уровнем его комфорта. Всё, что их интересует в путешествии — это новые впечатления, знакомства, получение нового опыта и испытание новых ощущений [1, 2, 3].

Чтобы разобраться в том, что хотят, чем довольны и не довольны молодые туристы, авторы статьи — члены студенческого научного общества кафедры туризма ПГНИУ и их руководитель провели интернет-опрос молодежи Пермского края на тему «Предпочтения молодёжи в выборе средств размещения во время путешествий» в период с 15.01 по 20.02.2019 г.

В ходе опроса получены ответы 156 респондентов в возрасте от 14 до 35 лет, такой возрастной диапазон отнесен населения к молодежи предусмотрен законодательством. Количество людей такого возраста в крае около 23 % всего населения. Выборка, рассчитанная для генеральной совокупности 570 000 чел. с доверительной вероятностью 90%, доверительным интервалом 6 %, составила 144 чел. Цель опроса: выявить какие средства размещение предпочитает путешествующая молодежь и что является основными условиями их выбора, какие требования предъявляет к комфортности и, цене, а также степень удовлетворенности местом проживания в поездках. Программа опроса включила 11 вопросов, отражающих его цель. В опросе приняли участие 71,2 % женщин и 28,8 % мужчин. Количество респондентов по возрасту (табл. 1) распределилось следующим образом: большинство респондентов — люди в возрасте от 18 до 22 лет. Наиболее активно проявили себя юноши и девушки 20 лет (их количество составляет 1/4 всех опрошенных). Активными были также 18-летние респонденты. Количество участвующих в возрасте от 23 до 35 лет значительно меньше.

Таблица 1

Возраст	Количество респондентов	% от общего количества ответов
18	27	17,3
19	21	13,5
20	40	25,6
21	23	14,7
22	18	11,5
23	8	5,1
24	6	3,8
25	2	1,3
26	4	2,6
28	2	1,3
30	1	0,6
31	1	0,6
32	1	0,6
34	1	0,6
35	1	0,6

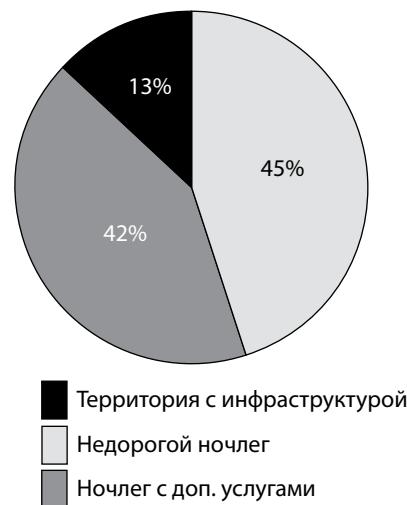


Рис. 1. Ответы респондентов на вопрос «Чем для Вас является место размещения?»

Для того чтобы в число респондентов попали те, кто действительно является туристом, был задан вопрос: Каков Ваш опыт путешествий? К вопросу прилагалось определение путешествия как выезда на период более 24 часов с 1-й (и более) ночевкой в месте временного пребывания. Ответы показали, что большинство респондентов (76,3 %) путешествуют по России, многие (48,7 %) совершают поездки в другие страны. По целям — это в основном отдых, но есть и те, кто совершают поездки с деловыми целями (10,3 %) и путешествуют, посещая друзей и родственников.

Мнение респондентов о том, чем является для них место размещения (рис. 1), распределилось так: 45 % считают, что это недорогой ночлег, для

Таблица 2

Рейтинг критерииев выбора места размещения

	Количество голосов					% от общего количества ответов (для определенного числа), %
	Местоположение	Стоимость	Санитарно-гигиенические условия	Компетентность персонала (обслуживание)	Безопасность	
1 место	26	49	32	26	23	31,4
2 место	28	46	45	15	22	29,5
3 место	35	26	42	19	34	22,4
4 место	38	17	25	31	45	29
5 место	29	18	12	65	32	41,6

42% — это место, где помимо ночлега есть дополнительная услуга питания и для меньшей части — это территория с развитой инфраструктурой (кафе, бары, бассейн, анимация и др.).

Чтобы выявить каким средствам размещения отдает предпочтение молодежь, был задан вопрос: Какой вид проживания Вы чаще всего выбираете / выбрали ли бы в путешествиях? Большинство респондентов предпочитают гостиницы 37,2% и хостелы 36,5%. Жилье в аренду выбирают около 18% опрошенных. Останавливаются у друзей, знакомых или используют палатку менее трех процентов, примерно столько же прибегают к каучсерфингу (бесплатное жилье, предоставляемое хозяином по договоренности) или поселению в кемпинге.

Чем руководствуются молодые люди, выбирая средства размещения? Чтобы получить представление о приоритетах в выборе, респондентам были предложены пять наиболее часто присутствующие в отзывах в социальных сетях критерииев оценки гостиничных организаций, расположив их по убыванию от наиболее важного к наименее (табл. 2).

Как следует из таблицы цена и санитарно-гигиенические условия преимущественны при выборе места размещения, также важно местоположение (3 место), менее важно оказалась безопасность, и совсем неважно качество обслуживания

Заметим, что качество гостиничной услуги в современном понимании — это соответствие предоставляемых гостиничных услуг понятиям и ожиданиям клиентов средств размещения при установленных стандартах и нормах. В свою очередь ожидания потребителя гостиничных услуг формируются на основе личных стандартов качества жизни гостя, его прошлого опыта, под влиянием мнений друзей, общественного мнения, усилий гостиницы по её продвижению. Рейтинг факторов выбора в нашем случае, можно объяснить тем, что молодые люди не притязательны, рассчитывают на свои физические возможности, не подвержены страхам в силу отсутствия жизненного опыта и пренебрежения к призывам и увещеваниям СМИ. Однако учитывая, что иссле-

дуемая группа включает большой возрастной интервал, то разделив его на возрастные группы, можно прийти к более конкретным выводам и авторам ещё предстоит это сделать.

Для осуществления выбора места размещения имеет значение источник информации, который бы человека устраивал и которому бы он доверял. В опрос был включен вопрос: Каким источником информации Вы чаще всего пользуетесь при выборе средства размещения? Ответы представлены в таблице 3.

Таблица 3
Рейтинг источников информации о размещении

Источник информации, который чаще всего используют при выборе средства размещения	% от общего количества ответов
Отзывы на сайтах бронирования (Booking.com, Trivago.ru, Hotels.com и др.)	62,3
Мнение друзей, знакомых, родственников	14,9
Социальные сети	10,4
Туристическое агентство	5,8
Мобильные приложения	5,1
Другое («Зависит от ситуации»)	1,2

Ответы свидетельствуют, что молодежь отдает информационное предпочтение Сайтам бронирования, они на первом месте рейтинга источников, на втором с большим отрывом — мнение друзей, знакомых, родственников и на третьем месте социальные сети. Рейтинг показывает, что респондентам важно знать мнение людей, которые имели опыт размещения во время путешествий, а не профессионалов (турагентов) и больше доверяют ему. Можно предположить, что главной ценностью трёх первых источников является возможность узнать информацию о средстве размещения от большого количества людей и сопоставить её. Но в этом случае не учитывается, что средств размещения, особенно за рубежом,

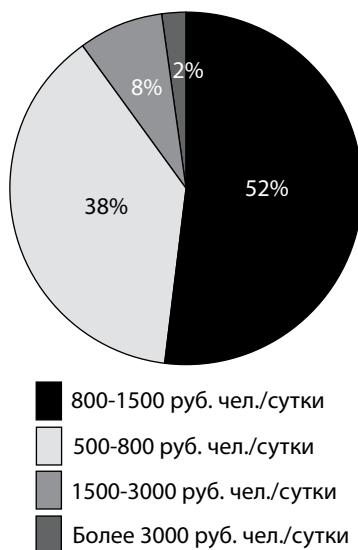


Рис. 2. Ответы респондентов на вопрос
«Какая цена размещения для Вас является приемлемой?»

большое разнообразие, поэтому вряд ли верно ориентироваться на отзывы друзей и знакомых, ведь они не были везде и выбор будет ограниченным. Кроме того, надо иметь в виду, что люди и их потребности разные и даже мнения друзей совершенно не обязаны совпадать.

Анализ полученных данных о ценовом предпочтении проживания в путешествиях по нашей стране (рис. 2) показал, что примерно половина респондентов приемлемой считают цену 800–1500 руб. чел./сутки, 38% определили свой ценовой диапазон от 500 до 800, 8% готовы платить 1500–3000 и только 2% более 3000 руб.

Надо отметить, что цены косвенно подтверждают виды выбираемых средств размещений. Так 36,5% респондентов указали, что отдают предпочтение хостелам, цены на которые в разных регионах в среднем составляют 600–800 руб. чел./сутки, примерно такое же количество опрошенных назвали соответствующие хостелам свой ценовой порог размещения.

Проанализировав полученные результаты, можно сделать следующие выводы.

■ Пермская молодежь путешествует как по России, так и за рубежом, но в количественном соотношении больше по стране, рассматривает размещение в турпоездке просто как ночлег или ночлег с завтраком и лишь малая доля желает иметь широкий набор дополнительных услуг питания, развлечения, спорта и др. Самыми активными в опросе, а следовательно, более заинтересованными в решении вопросов туристского размещения проявили себя молодые люди от 17 до 22 лет. Участие в опросе людей, начиная с 25-ти летнего возраста минимально. Это может свидетельствовать о том, что они либо не относят себя к молодежи, либо имеют опыт решения проблем путешествий и руководствуются им. Первое предположение даёт основание не учи-

водствоватьсь в исследованиях молодежного туризма законодательными рамками отнесения людей к молодым, а выявлять возрастной ценз молодых туристов социологическими методами.

■ Выбирая средства размещения, большинство отдают практически равное предпочтение гостиницам и хостелам. Не получил пока распространение каучсерфинг, пользующийся большой популярностью среди молодежи стран Европы и Америки. Кемпинги также не относятся к востребованным видам размещения. Хостелы и малые отели невысокой ценовой категории предпочтительны для молодежи. Но, судя по ответам на открытые вопросы, хостелы вызывают немало нареканий на тесноту, шум, мешающий отдыху, отсутствие свободного доступа в места общего пользования. Кроме того, выбор таких средств размещения нацеленных на молодежь мал и их появление становится всё более актуальным для этой самой мобильной категории туристов, особенно для глубинных регионов, в которых слабо развита сфера гостеприимства, а ресурсы и желание развивать туризм есть. Думаем, что создание современных молодежных хостелов будет выгодно для гостиничного бизнеса, т.к. ценовой диапазон готовности платить за размещение в них, по нашим данным, соответствует средним рыночным ценам гостиниц такого уровня.

■ Предпочтение молодежью Сайтов бронирования как основного источника информации при выборе средств размещения ожидаемо, но здесь есть над чем задуматься профессионалам туризма. Для привлечения молодежи к своим услугам, надо менять подходы к организации туристского информирования, его содержания и способов подачи, более интенсивно использовать социальные сети, предоставляющие возможность онлайн-общения с молодыми потребителями, держать руку на пульсе их меняющихся предпочтений. Профессионалы турдеятельности должны занимать первое место в рейтинге источников исчерпывающей и надежной информации о путешествиях и возможностях выбора размещения, что повысит полезность, доверие к их услугам и желание платить за них.

Библиографический список

1. Мартишенко Н.С. Нестандартные средства размещения и их роль в формировании туристских потоков дестинаций // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2013. — № 11 (ноябрь). — С. 56–60. — URL: <http://e-koncept.ru> (дата обращения 03.02.2019).
2. Палаткина Г.В. Молодежный туризм: учеб. пособие / Г.В. Палаткина. — КНОРУС ; Астрахань : АГУ, ИД. «Астраханский университет», 2016. — 206 с.
3. Каменец А.В. Молодежный социальный туризм: учеб. пособие для академического бакалавриата / А.В. Каменец, М.С. Кирова, И.А. Урмина ; под общ. ред. А.В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — М. :Юрайт, 2016, 162 с.

О.Е. Валькова

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н. П. Огарёва

УДК 338.48

ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО ФУТБОЛУ 2018 г. И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В МОРДОВИИ

В статье рассматривается влияние Чемпионата мира по футболу 2018 г. на развитие туризма в Мордовии. Проведение мундиаля является проектом международного уровня, позволяющим развивать спортивную, транспортную, инженерную и туристскую инфраструктуру. Это мероприятие стало самым масштабным проектом для города и республики. Чемпионат мира по футболу подразумевает подготовку к нему, которая направлена не только на обеспечение проведения мероприятия, но и на туристическое развитие территории. Представлены статистические сведения посещения городов-организаторов туристами. Анализируется эффект, полученный Республикой Мордовией в результате проведения Чемпионата мира по футболу 2018 г.

Ключевые слова: *туризм, влияние на развитие туризма, Республика Мордовия, Чемпионат мира, развитие туризма, город-организатор, турист, индустрия гостеприимства, экономический эффект.*

O.E. Valkova

National research Mordovia State University

THE WORLD CUP 2018 AND ITS IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN MORDOVIA

The article discusses the impact of the 2018 World Cup on the development of tourism in Mordovia. The World Cup is an international-level project that allows the development of sports, transport, engineering and tourist infrastructure. This event was the largest project for the city and the republic. The FIFA World Cup involves preparing for it, which is aimed not only at ensuring the holding of the event, but at the tourist development of the territory. Presented statistical information visiting tourist cities. The effect obtained by the Republic of Mordovia as a result of the 2018 World Cup was analyzed.

Keywords: *tourism, influence on tourism development, Republic of Mordovia, world championship, tourism development, host city, tourist, hospitality industry, economic effect.*

Прошедший в России в 2018 г. Чемпионат мира по футболу оставил большое наследие, которое можно и должно использоваться в целях развития как внутреннего, так и международного въездного туризма. Проблема состоит в том, как распорядиться оставшимся наследием? В связи с этим целью исследования является анализ влияния Чемпионата мира по футболу на развитие туризма в Республике Мордовия.

© Валькова О.Е., 2019
Валькова Ольга Евгеньевна,
 аспирант кафедры туризма, Национальный исследовательский
 Мордовский государственный университет,
walkowa@mail.ru

Отличие России от тех стран, где уже проводились Чемпионаты мира в том, что принимали эти мероприятия 11 городов. Спортивная и гостиничная инфраструктура в этих городах находится на различном уровне. Различны и перспективы того, как эта построенная к чемпионату мира инфраструктура будет использоваться в будущем. Ведь города, которые принимали спортивное событие, имеют различные шансы воспользоваться наследием и теми возможностями, которые предоставляет сам чемпионат мира, как с точки зрения загрузки гостиниц, так и с точки зрения экономической составляющей. В целом гостиницы более активно используют возможность скор-

ректировать ценовую политику, чем увеличить свою загрузку, но, тем не менее, обычно объем спроса хватает для того, чтобы заполнить все объекты, которые к чемпионату мира за- требованы.

Можно отметить, что ЧМ–2018 дал импульс развитию всей спортивной инфраструктуры Республики Мордовия в целом. Регионы, непосредственно не участвующие в чемпионате, не отстают от мировых трендов и также обращают внимание на совершенствование спортивной инфраструктуры. По всем субъектам РФ вводились в строй физкультурно-оздоровительные комплексы, стадионы, ледовые площадки и прочие спортивные сооружения, причем не только для профессиональных спортсменов, но и для любителей.

Федеральное агентство по туризму совместно с региональными органами исполнительной власти в сфере туризма подвело туристические итоги Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России. Суммарное количество туристов и болельщиков, посетивших в период проведения матче города-организаторы футбольного первенства, составило порядка 6,8 млн человек, среди которых более 3,4 млн — иностранцы [6].

Таким образом, 11 городов проведения матчей суммарно приняли более чем на 40 % туристов больше, чем за аналогичный период прошлого года. Въездной турпоток в период ЧМ–2018 вырос в этих городах более чем на 50 % [3].

На рисунке 1 представлен график количества туристов, посетивших города-организаторы Чемпионата мира по футболу FIFA 2018.

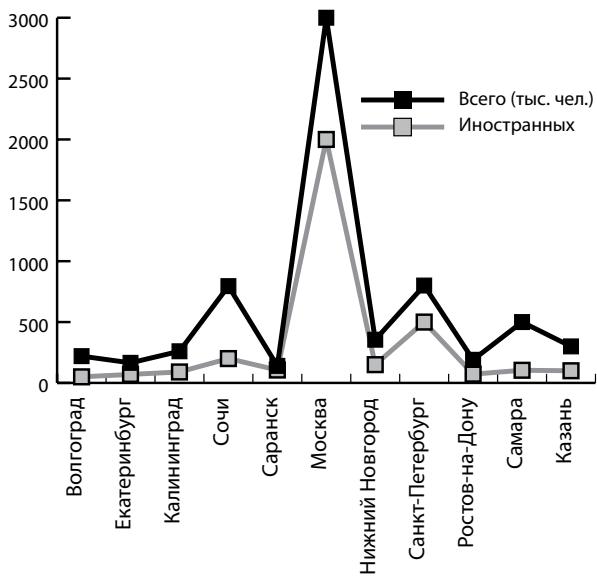


Рис. 1. Количество туристов, посетивших города-организаторы Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 (в т. ч. иностранные граждане, тыс. чел.) [сост. автором]

Из рисунка видно, что в Волгограде общее количество туристов в период проведения

Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 составило 220 тыс. человек, в том числе более 50 тыс. иностранных граждан. Регион посетили болельщики из Туниса, Англии, Нигерии, Исландии, Саудовской Аравии, Египта, Японии, Польши и других стран. Общий туристский поток в Волгоградской области по отношению к аналогичному периоду прошлого года вырос в 2,9 раза, въездной — более чем в 2 раза.

Гостями Саранска стали более 140 тыс. человек, в том числе более 106 тыс. иностранных туристов из Колумбии, Перу, США, Ирана, Японии, Мексики, Панамы, Аргентины, Германии, Китая, Бразилии, Туниса, Дании, Канады, Нигерии, Испании, Великобритании, Нидерландов, Индии, Австралии. В целом Саранск посетили представители 44 стран мира, более 160 тысяч болельщиков, из которых граждан России только 37,5 % (таблица 1).

Таблица 1
Количество болельщиков, посетившие
матчи в г. Саранске [3]

№ п/п	Страна	Количество купленных билетов	%
1	РФ	53 742	37,5
2	Колумбия*	13 880	9,7
3	Перу	13 668	9,5
4	США	6 702	4,7
5	Иран	3 484	2,4
6	Япония	2 866	2,0
7	Мексика	2 702	1,9
8	Панама	1 648	1,2
9	Аргентина	1 576	1,1
10	Германия	1 549	1,1
13	Тунис	1 072	0,7
14	Дания	964	0,7
25	Португалия	562	0,4

* Жирным выделены страны, сборные команды которых играли в Саранске

Из таблицы 1 видно, что по числу болельщиков, приехавших из-за рубежа, первое и второе место занимают Колумбия и Перу, тогда как Дания оказалась по числу болельщиков на 14 месте, а Португалия — на 25 месте. Таким образом, можно констатировать, что матчи команд этих стран в Саранске не вызвали большого интереса среди собственных болельщиков в отличие от болельщиков Колумбии, Перу и даже Японии.

Общий турпоток в республику в июне по сравнению с показателем аналогичного периода 2017 года вырос в 17,7 раза, въездной —

в 235 раз. С 12.06 по 28.06 площадку болельщиков (фан-фест) посетило 316 889 чел., это больше, чем общая численность населения Саранска [4].

Достаточно высокой оказалась и посещаемость матчей в Саранске. В среднем на матче присутствовало 40 050 зрителей, при этом самым посещаемым стал матч Иран – Португалия, который смотрели 41 685 зрителей.

В рамках подготовки к Чемпионату мира по футболу FIFA 2018 в Республике Мордовия была проведена работа по формированию благоприятных условий для приема болельщиков на объектах транспортной инфраструктуры, в коллективных средствах размещения, на предприятиях общественного питания, на туристских объектах, по обучению персонала индустрии гостеприимства, гидов-переводчиков, разработке специальных туристских маршрутов, программ, экскурсионного обслуживания, культурных, развлекательных и образовательных мероприятий для болельщиков, установке туристской навигации, созданию служб информирования и поддержки гостей, проведению информационно-пропагандистских кампаний, нацеленных на популяризацию туристских возможностей, созданных в городах-организаторах.

Особое внимание при подготовке к Чемпионату мира по футболу уделено безвизовому режиму для иностранных гостей, их безопасности, транспортной логистике, высокому качеству оказания услуг.

У Мордовии большой опыт в проведении спортивных мероприятий федерального и международного уровня. Мордовия в 2016 г. была признана самым спортивным регионом страны. Число жителей, регулярно занимающихся спортом, постоянно растет и достигло 36 %. Для любителей здорового образа жизни открыты более 2 100 спортивных сооружений. Саранск утвержден в качестве города-организатора зимних российско-китайских молодежных игр 2018 г. (5 видов спорта — хоккей, шорт-трек, керлинг, лыжи, фигурное катание

Чтобы соответствовать требованиям ФИФА Российская Федерация построила к 2018 г. огромное количество гостиниц, причем различной категории, с достаточно внушительным номерным фондом. Для размещения гостей чемпионата в Саранске и Мордовии в общей сложности было подготовлено 62 гостиницы и аналогичных средств размещения на 2 439 номеров, 5 047 мест. Из них в Саранске расположено 45 объектов на 1 916 номеров и 4 064 места, в том числе введенные в эксплуатацию в рамках программы подготовки к чемпионату [5]:

- гостиница Four Points by Sheraton Saransk 5* (159 номеров, 318 мест);

- гостиница MercureSaranskCenter 4* (119 номеров, 238 мест);
- гостиница «Адмирал» 4* (83 номера, 166 мест);
- ГЖК «Тавла» (439 номеров, 878 мест);
- 4 хостела, открытых с начала 2018 года: «Комфорт», «Юбилейный», «Матрешка», «Уют», в сумме более чем на 300 мест (таблица 2).

Таблица 2

Количество гостиниц и аналогичных средств размещения [1]

«Звездность» КСР	Количество КСР	Количество номеров	Количество мест
ВСЕГО, в том числе:	62	2 439	5 047
5*	1	159	318
4*	5	513	1 000
3*	12	739	1 256
2*	11	407	776
1*	3	131	412
0*	30	490	1 258

В дни проведения матчей в г. Саранске была обеспечена 100-процентная загрузка всех коллективных средств размещения. Помимо этого, жителями Саранска гостям было предложено размещение более чем в 4 000 апартаментах квартирного типа.

Стоимость проживания в гостиницах, в зависимости от их категории, составила от 2 000 до 16 000 рублей, в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 10.02.2016 г. № 89. Снять апартаменты квартирного типа гости Саранска могли по цене, в среднем, начинающейся от 4 000 рублей. В хостелах была возможность разместиться по цене от 800 рублей за место [3].

Самым важным объектом стало строительство стадиона «Мордовия Арена». Стоимость государственного контракта составила 15 215 690 тыс. руб. Также произошла реконструкция аэропортового комплекса (г. Саранск) и пассажирского терминала внутренних воздушных линий.

Следующий объект — гостинично-жилой комплекс (ГЖК) «Тавла». Проект предусматривал строительство ГЖК «Тавла» категории «три звезды» и «четыре звезды» на 439 номеров и комфортабельного жилья (468 квартир). На период проведения ЧМ-2018 гостиница была предназначена для размещения представителей средств массовой информации, представителей FIFA и сотрудников органов

безопасности. Реализация проекта создала дополнительно 200 рабочих мест со средней заработной платой — 25 тыс. руб. Объем инвестиций — 4 789,0 млн. руб. Построена гостиница «Sheraton» на 159 номеров категории 5*. Гостиница предназначена для размещения представителей и VIP гостей международной федерации FIFA в период проведения чемпионата мира по футболу в 2018 году. Инициатор проекта: ООО «Отель» (г. Самара). Объем инвестиций — 1 281,27 млн. руб. Операционная деятельность ведется во взаимодействии с оператором Marriott International, работающим под брендом «FourPointsbySheraton». Реализация проекта создала дополнительно 54 рабочих места со средней заработной платой 35 тыс. руб. Также строительство гостиницы «Mercure» 115 номеров категории 4*. Гостиница предназначена для размещения команд и их представителей в период проведения ЧМ-2018 г. Инициатор проекта: ООО «Петролинк» (г. Саранск). Объем инвестиций — 840 млн. руб. [2].

Также в Мордовии к мундиалю разработали брендовый туристский маршрут «Зов Торамы» для туристов, желающих познакомиться с историей и достопримечательностями республики. Туристский маршрут знакомит туристов с особенностями быта, традициями и культурой мордовы-эрзяя. Начать путешествие предлагается с обзорной автобусно-пешеходной экскурсии по Саранску с его главными архитектурными ансамблями. 45-тысячная «Мордовия Аrena», принявшая четыре матча Чемпионата мира по футболу 2018 г., стадион, где был забит юбилейный, 2500-й гол чемпионатов мира во время игры сборных Панамы и Туниса, уже вошел в историю и наверняка будет интересен гостям. После осмотра достопримечательностей в Саранске туристы совершают поездку в с. Подлесная Тавла, где открыт Центр эрзянской культуры — Этнографический музей «Этнокудо» им. В.И. Ромашкина и работает экспериментальная детская художественная школа резьбы по дереву.

Сезонные особенности предоставляют на выбор места в республике, которые в определенный период года могут поразить своей красотой. Летом и осенью хорошо в Музейно-этнографическом комплексе «Мордовское подворье», где воссоздана старинная жилая изба, присутствует традиционная домашняя утварь, там же готовят блюда национальной мордовской кухни. А в любое время года притягательны тематические залы Национального краеведческого музея им. И. Воронина, экспонаты которых знакомят с культурной жизнью финно-угорского народа.

Также власти Мордовии планируют развивать внешнеторговые отношения с Ираном, Японией, Тунисом, Панамой и другими странами, сборные которых провели матчи группового этапа чемпионата мира по футболу в Саранске. В первую очередь, республика будет развивать внешнеэкономические отношения с Ираном. Республика планирует также развивать внешнеторговые связи с Японией, переговоры с представителями японского бизнеса прошли в Саранске перед игрой национальной сборной с командой Колумбии. С одной из японских компаний достигнута договоренность о сотрудничестве в сфере производства оптического волокна. С представителями бизнеса из Панамы и Туниса не было подписано соглашений, но власти региона планируют в течение года обмен бизнес-миссиями. Рост экономики республики благодаря подготовке и проведению матчей чемпионата мира по футболу в следующие пять лет может составить от 5 до 6 % ежегодно. Ранее рейтинговое агентство Moody's опубликовало доклад, согласно которому, наибольший экономический эффект от вложений в экономику перед ЧМ-2018 получит Мордовия [1].

Таким образом, подготовка и проведение Чемпионата мира по футболу расширили возможности региона во внешнеторговой сфере. Власти республики должны внести изменения в программу развития туризма в регионе, чтобы увеличить экономический эффект от использования туристических объектов после завершения чемпионата мира по футболу.

Библиографический список

1. Официальный туристско-информационный портал Республики Мордовия. URL: <http://turizmrm.ru/> (дата обращения 15.03.2019).
2. Постановление Правительства Республики Мордовия от 08.10.2012 N 363 «О Республиканской целевой программе развития Республики Мордовия на 2013–2018 годы» URL: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?base=RLAW314&dst=123861&n=53780&req=doc#08234547963184551> (дата обращения 20.03.19).
3. Ростуризм подвел туристические итоги Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России URL: <https://www.russiatourism.ru/news/15818/> (дата обращения 13.03.19).
4. С мячом к нам пришел //Аргументы и факты. — 2018. — № 30. — С. 14.
5. Чемпионат мира 2018 г. Промежуточные итоги: гостиницы URL: <https://www.s-bc.ru/news/%D0%A7%D0%9C-2018-%D0%9Fromezhutochnye-itogi-%D0%93ostinicy.html> (дата обращения 13.03.19).
6. Якименко М.В., Альмухамедова О.А. Влияние чемпионата мира по футболу на индустрию туризма и гостеприимства г. Ростова-на-дону // Фундаментальные исследования. — 2018. — № 3. — С. 90–95; URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?Id=42109> (дата обращения: 20.03.2019).

Л.В. Макарцева

Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н.Г. Чернышевского

УДК 379.85

ФЕСТИВАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В последнее десятилетие в России возрос интерес к проведению фестивалей, которые позволяют привлечь туристов, развивать культурное пространство региона, российских городов. Для поднятия имиджа Саратовской области рассматриваются вопросы по дальнейшему развитию фестивального туризма, приводится классификация проводимых фестивалей по тематической направленности, территориальному охвату, раскрываются виды проводимых фестивалей, обосновываются причины их проведения, приводятся примеры некоторых мероприятий. Для дальнейшего привлечения туристов в регион предложены фестивали, связанные с историко-культурным наследием.

Ключевые слова: фестивальный туризм, типы фестивалей, география фестивалей, перспективы фестивального движения

L.V. Makarceva
Saratov State University

FESTIVAL TOURISM OF SARATOV REGION

In the last decade, Russia has increased interest in festivals that attract tourists and develop the cultural space of the region and Russian cities. To raise the image of the Saratov region, the issues of further development of festival tourism are considered, the classification of festivals by thematic focus, territorial coverage is given, the types of festivals held are revealed, the reasons for their holding are substantiated, examples of some events are given. To further attract tourists to the region offered festivals related to historical and cultural heritage.

Keywords: festival tourism, types of festivals, geography of festivals, prospects of festival movement.

Современная Саратовская область представляет собой культурный ландшафт, внутреннее разнообразие которого объясняется природной неоднородностью, сложной историей заселения, этнографическими различиями, хозяйственным освоением. В позиционировании Саратовской области выделяют историко-культурные достопримечательности: Хвалынский национальный парк, архитектурный комплекс «Гагаринское поле» — место приземления первого космонавта Ю.А. Гагарина, первоначальный Саратов — город Увек [1].

Как и для многих других российских регионов, для области актуальна задача привле-

чение туристов. За счёт чего она может быть достигнута? Ю.В. Преображенский описывает туристическое пространство как состоящее из реального, социокультурного и информационного слоёв. Для развития туризма в регионе им предлагается в слое реального пространства формирование туристской инфраструктуры, а в слоях социокультурного и информационного пространств наполнение их соответствующим содержанием, в том числе социокультурными практиками, интересными для туристов [2]. Фестивальный туризм является подобной регулярной, но не перманентной попыткой показать социокультурные практики соответствующего населённого пункта, чем и ценен.

Фестивальный туризм в области набирает популярность в последние годы. В его рамках происходит посещение туристами праздничного мероприятия и участие в нем. Так, за 2018 год в Саратовской области было проведено

© Макарцева Л.В., 2019

Макарцева Людмила Валентиновна,

доцент кафедры социальной и экономической географии,
Саратовский национальный исследовательский государственный
университет им. Н.Г. Чернышевского,
milamak05@mail.ru

28 фестивалей, где число участников фестивалей превысило 350 тысяч человек [3].

Проводимые фестивали классифицируются по виду событийных мероприятий: культурные (музыкальные, танцевальные, театральные), этнокультурные, праздничные, исторические, экологические, гастрономические, спортивные. Проводимые в Саратовском регионе фестивали выделяются по территориальному охвату: международные, всероссийские, областные, муниципальные.

В настоящее время фестивали проходят в 9 городах и в 17 муниципальных районах области, причем в некоторых городах и районах области проводят сразу несколько фестивалей. В основном фестивали проходят в районах Саратовской области, прилегающих к Волге. Во многом это связано с выгодным географическим положением, сложившимся историко-культурным наследием, экономическим развитием районов, их этническим и демографическим состоянием. Выделим следующие виды фестивалей и места их проведения (см. таблицу).

Таблица

Проводимые фестивали в Саратовской области

Вид фестивалей	Место проведения фестивалей
Культурный	Саратов, Балашов, Маркс, Хвалынск
Этнокультурный	Саратов, Питерка, Степное (Советский район)
Праздничный	Аткарск, с. Лох (Новобурасский район), Энгельс
Исторический	Саратов, с. Моршанка (Питерский район)
Гастрономический	Александров Гай, с. Багаевка (Саратовский район), Балаково, Балтай, Вольск, Воскресенское, Маркс, Ровное
Экологический	Куриловка (Новоузенский район)
Спортивный	Базарный Карабулак, Рыбушка (Саратовский район), Хвалынск

По времени года большое количество фестивалей приходится на лето (14), далее следует осенний период (7), затем весенний (5) и 2 фестиваля проходят зимой.

География фестивалей Саратовской области характеризуется концентрацией их в 11 районах Правобережья (Аткарский, Базарно-Карабулакский, Балашовский, Балтайский, Вольский, Воскресенский, Красноармейский, Ново-

бурасский, Саратовский, Романовский, Хвалынский) и в 12 районах Левобережья (Александрово-Гайский, Балаковский, Духовницкий, Ершовский, Марковский, Новоузенский, Озинский, Питерский, Пугачевский, Ровенский, Советский, Энгельсский), причем в некоторых районах проводят по 2–3 фестиваля (Саратовский, Советский, Балашовский, Марковский, Хвалынский районы). В областном центре проходит 5 фестивалей.

В каждом районе свой колорит, своя специфика фестиваля, которая связана с историей, природными условиями, традициями, бытом местных жителей. Так, в Левобережье, весной, в период цветения тюльпанов, в Новоузенском районе, где находится памятник природы регионального значения «Куриловская тюльпанная степь», проходит природоохраный экологический фестиваль, который собирает не только местных жителей, но и гостей из других регионов за счет хорошо организованной рекламы местными туристическими агентствами.

В ходе заселения Саратовского края, благодаря историческим и географическим особенностям сформировалась особая этнокультурная общность, отличительной чертой которой являлось сочетание и взаимодействие культур различных народов: русских, украинцев, немцев, татар, башкир, мордвы, чувашей, казахов. Сегодня большинство крупных этносов создали национальные культурные центры, где получили новое звучание их языки, культурные традиции [4].

Этот ключевой аспект повлиял на проведение этнокультурных фестивалей: «Большой Караман» (в р.п. Степное Советского района на берегу реки Большой Караман с показом обычаев, обрядов местных жителей Левобережья), «Сабантуй», который связан с национальной кухней татарского, башкирского, чувашского народа (г. Саратов), казачий фестиваль на р.Хопёр (г. Балашов), этнофестиваль национальных культур «Волжское подворье» (г. Саратов).

За последнее время появляются новые гастрономические фестивали: «Уха на Волге» (г. Вольск), «Клубничное рождество» (г. Балаково), «Багаевские яблочки» (с.Багаевка), «Хлебная пристань» (г. Маркс), фестиваль варенья «Цвети наш край» (с.Воскресенское), медовый фестиваль «Балы-Тау» (Балтай), «Арбузная феерия» (с. Ровное), «Мраморное мясо (Александров-Гай).

К вновь организованным областным фестивалям можно отнести: фестиваль бардовской песни и шансона «Обермоунджский треугольник» (г. Маркс), «Хаски детям» (с. Рыбушка), конная Fiesta (г. Саратов), «Хвалынская волна» (г. Хвалынск).

Фестивальные программы выходят на хороший уровень. Так, в 2017 году среди 74 регионов в Национальном туристическом рейтинге России Саратовская область заняла 39 место. Статуса «Национальное событие 2018» удостоены «Собиновский музыкальный фестиваль», медовый праздник «Балы-Тау», фестиваль «Аткарские розы», фестиваль творчества «Хвалынские этюды», уже упомянутый фестиваль исторической реконструкции «Укек. Один день из жизни средневекового города» [3].

Идентичность проводимых фестивалей заключается в самобытности культуры, историко-культурном наследии. Самое большое количество фестивалей проходит в областном центре и неслучайно. Саратов всегда оставался одним из центров духовной культуры России. Культурные слои Саратова просматриваются уже в то время, когда в губернском городе были образованы музыкальные классы (1873 год), на базе которых была открыта в 1912 году консерватория. Это была третья консерватория в России после Петербургской и Московской. Уже в то время Саратов становится культурным центром Поволжья (открылся первый в стране русский национальный цирк, первый в России общедоступный Художественный музей, Университет). В советские годы областной центр продолжал оставаться культурной столицей Поволжья. Саратов хранит историческую память губернского города о его месте и роли в российской культуре. В настоящее время усилиями провинциальной интеллигенции возрождается культурный пласт в форме фестивалей: международного музыкального Собиновского, всероссийских им. Г.Г. Нейгауза, им. Л.А. Руслановой, им. Л.Л. Христиансена, губернского фестиваля академических хоров, всероссийского имени О. Янковского (память о котором бережно хранят горожане), фестиваль «Золотая маска».

Представления о Саратове как о культурном центре демонстрирует и международный телекинофестиваль документальной мелодрамы «Саратовские страдания». Название исходит из исконного саратовского музыкального фольклорного жанра «страданий» (душевных припевок). Фестиваль проводится с 2004 года и завоевал большую популярность. Председателем жюри неоднократно являлся житель Саратова актер и режиссер О. Табаков. Символикой фестиваля неслучайно является статуэтка «Саратовская гармония». Известной маркой в дореволюционное время была саратовская гармошка, производство которой выполняли гармонные артели. Уникальность инструмента заключалась в наличии колокольчиков. Как символ прошедшего времени, «местом памяти», в центре города установлен памятник саратовской гармошке.

Фестивальное движение получило развитие и поддержку во многих муниципальных районах, городах, районных центрах, однако самые известные фестивали проходят в областном центре.

Образ старого города начала XVI века отражает городской фестиваль исторической реконструкции «Один день из жизни средневекового города» проходит каждый год в одном из микрорайонов Саратова — Увеке. Фестиваль организуется в рамках программы празднования Дня города на территории памятника археологии — древнего городища Увек, являвшегося в средние века одной из столиц Золотоордынского государства Укек. В рамках фестиваля воссоздается «жизнь» города Укек: работают мастерские ремесленников, идет рыночная торговля, проходят спортивные и боевые соревнования, развлекательные мероприятия.

На основании проведенного анализа можно констатировать, что событийный туризм требует поисков нового инструментария, который позволил бы Саратовской области найти свое место в развитии фестивального движения. Целостный культурный облик пока представлен лишь в областном центре, это обусловлено историческим ходом освоения региона, его сохранившейся культурой.

Концепция развития фестивального движения будет продолжена, для этого у области есть все предпосылки. Так, в 2019 году в рамках творческого проекта «Саратовская область — театральная планета» планируется запустить новый проект — I Театральный фестиваль «Уроки Олега Табакова».

В нашем регионе есть и перспективные фестивали, так, например, места, связанные с пребыванием первого в мире космонавта Ю.А. Гагарина (колледж, где учился А.Ю. Гагарин, место приземления). Это память об освоении советским человеком космоса, которое новое поколение не должно забывать. На наш взгляд, следует расширить географию фестивалей, на повестке дня — перспективный фестиваль: «Саратовская глиняная игрушка» в Красноармейске. Одним из самобытных мероприятий может стать этнографический фестиваль, связанный с историей и культурой погородских немцев. Фестиваль мог бы проходить в тех районах области, где жили немцы (Энгельсский, Марксовский, Ровенский, Красноармейский), где сохранились традиции и обычаи. Фестиваль мог бы привлечь туристов из других регионов и стран, выйти на международный уровень.

Проводимые фестивали обладают большим социальным, культурным и экономическим потенциалом, приносят положительные эмоции, праздничное настроение, положительный

имидж региону, привлекая многочисленных участников из соседних областей.

Позиционирование фестивального туризма Саратовской области способствует развитию туристских услуг, дополнительных инвестиций, созданию новых рабочих мест, обеспечивает доброжелательный образ территории. Так, в 2018 году на фестивали было потрачено 5,4 миллиона рублей из бюджета, выручка составила 7,7 миллиона рублей [5].

Несмотря на положительный рейтинг региона в фестивальном туризме страны, имеются и проблемы, как показывает опыт, в области недостаточная организационная база и дефицит опытных организаторов фестивалей, недоразвитая инфраструктура туризма (логистика, гостиничный сервис), необоснованно завышенные цены на туристический продукт.

Важной задачей является согласование проведения фестивалей во времени и пространстве. Так, для города и области в целом очевидна необходимость «достраивания» культурных линий, по которым перемещаются туристы, их дополнение более современными арт-объектами и культурно-развлекательной инфраструктурой в целом [6]. Согласованность фестивалей во времени позволяет туристам перемещаться от фестиваля к фестивалю.

Дальнейшее развитие туристической сферы зависит во многом от целеполагания на региональном уровне, открытости к новым подходам в развитии отрасли. Например, О.В. Терентьева считает желательной трансформацию городского пространства в направлении вынесения сферы услуг в общественные пространства и полагает, что ориентация

на игровой интерактив может стать одним из наиболее перспективных направлений в привлечении туристов [7].

Несомненно, что фестивальный туризм перспективен для Саратовского региона, он может повлиять на стратегию развития области, при тесном сотрудничестве бизнеса и её правительственные структуры. А маркетинговая кампания могла бы продвигать этот вид туризма путем рекламы в средствах массовой информации, продажи тематических атрибутов, сувениров, тематических пресс-конференций и т.д.

Библиографический список

1. Макарцева Л.В., Щеглов Д.М. Туристический потенциал Саратовской области и условия его реализации. //Известия Алтайского отделения Русского географического общества. 2014. №35. — С. 86–89.
2. Преображенский Ю.В. Составляющие туристического пространства и его эволюция (на примере Саратовской области) // География и туризм. №2. 2018. С. 17–22.
3. <https://nversia.ru/>
4. Демин А.М, Макарцева Л.В., Уставщикова С.В. География Саратовской области. Саратов. Лицей. 2005 с.69
5. http://saratov.gov.ru/news/na_zasedanii_pravitelstva_obsudili_razvitiye_festivalnogo_dvizheniya_v_saratovskoy Oblasti/
6. Преображенский Ю.В., Макарцева Л.В. Территориальные аспекты и принципы трансформации культурного пространства города (на примере Саратова) // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Науки о Земле. 2018. Т. 18, вып. 1. С. 22–26.
7. Терентьева О.В. Городское пространство как площадка для игры (с позиции туризма) // География и туризм. 2018. №2. С. 73–75.

Л.В. Плакхина

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 379.85

КУЛИНАРНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ «ПРИКАМСКАЯ КУХНЯ»: ИСТОРИЯ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье гастрономический туризм рассматривается как перспективное направление внутреннего туризма. Развитие гастрономического туризма в Пермском крае автор связывает с развитием фестиваля «Прикамская кухня». Это событие проводится более 20 лет, ценится в среде профессионалов и имеет социальное (профориентационное) значение. Развитие бренда «Прикамская кухня» в дальнейшем может быть связано с выбором традиционного блюда, которое возможно готовить, продавать, дегустировать, создавать с гостями фестиваля. Переход фестиваля к формату «street food» привлечет к нему внимание со стороны местных жителей и туристов, создаст новое туристское событие в Пермском крае.

Ключевые слова: гастрономический туризм, гастрономический бренд, кулинарный фестиваль, Пермский край, «Прикамская кухня».

L.V. Plakhina
Perm State University

CULINARY FESTIVAL «PRIKAMSKAYA CUISINE»: HISTORY, PROBLEMS, PROSPECTS

The article considers gastronomic tourism as a promising direction of domestic tourism. The author connects the development of gastronomic tourism in the Perm Territory with the development of the festival «Prikamskaya Cuisine». This event has been held for more than 20 years. It is valued among professionals and has a social (career guidance) value. The development of the «Prikamskaya Cuisine» brand may later be associated with the choice of a traditional dish that can be prepared, sold, tasted, created together with the guests of the festival. The transformation of the festival to the "street food" format will attract the attention of local residents and tourists and also will create a new tourist event in the Perm region.

Keywords: gastronomic tourism, gastronomic brand, food festival, Perm region, Prikamskaya Cuisine.

По сведениям Интерфакс в 2019 году Россия готова потратить на развитие туристической отрасли 100 млрд. рублей, и это не только туры для иностранцев в Санкт-Петербург или по «Золотому кольцу», но и развитие внутреннего туризма, особенно туризма событийного и гастрономического.

Может ли кулинарный фестиваль «Прикамская кухня», проходящий в г. Перми с 1998 года, привлечь как событие на территорию Пермского края туристов с ближнего и дальнего зарубежья? Конечно, если уделять внимание качес-

тву проведения действия, организовать зрелищное мероприятие, соблюдать безопасность и использовать инновационные технологии.

Гастрономический туризм — это знакомство с особенностями кухни, кулинарными традициями во время путешествия по странам и континентам, это возможность отведать уникальное блюдо или продукт [1]. Только проблема в том, что гастрономический тур, как услуга — это нечто большее, чем просто путешествие. Для того чтобы оно состоялось необходимо продумать и организовать, а затем реализовать массу мероприятий: проезд, проживание, событие и интересную программу с обязательной дегустацией традиционных местных блюд, либо отдельных ингредиентов, не встречающихся больше нигде в мире, имеющих особый

© Плакхина Л.В., 2019

Плакхина Лариса Викторовна,
старший преподаватель кафедры туризма, Пермский
государственный национальный исследовательский университет;
permkulinar@gmail.com

вкус [4]. Гастрономические туризм любят те, кто в поездках остальным занятиям предпочитает знакомство с местной кухней, продуктами, кулинарной культурой. Собственно, отсюда следуют основные виды активностей, которые предлагают в данных турах:

- кулинарные мастер-классы, лекции, конкурсы;
- дегустации;
- знакомства с шеф-поварами;
- поездки на сыроварни, винодельни и другие производства;
- гастрошоппинг.

О событийном и гастрономическом туризме сейчас говорят много, но сделать какой-то региональный продукт узнаваемым во всем мире, который бы привлекал туристов ближнего и дальнего зарубежья — это мечта, осуществление, которой, вполне может быть реальностью. Сделать поездку в Пермский край зреющим и интересной, как Октоберфест в Мюнхене или фестиваль молодого вина «Божоле» во Франции, или парижский салон шоколада в Париже, конечно, не просто, но надо пробовать. С одной стороны, известный гастрономический фестиваль напрямую связан с традициями хозяйственной деятельности и праздничного времяпрепровождения местного населения. Если немцы с XVIII века собираются, чтобы от души попить пива и отдохнуть после сбора урожая, а французы с середины XX века позиционируют свое молодое вино (весьма сомнительного качества), то фестиваль «Прикамская кухня» в 2018 году отметил всего лишь свое 20-летие. Но в кулинарной среде России пермский фестиваль довольно известен и является единственным долгожителем.

Начинался фестиваль весьма в непростое время, он был приурочен к 275-летию города Перми и первой площадкой стал Драматический театр города. За 20 лет фестиваль проводился на площадках манежа «Спартак», дворца спорта «Орленок», выставочной площади «Пермской ярмарки», в Пермском институте (филиал) РЭУ имени Г.В. Плеханова, во дворце Молодежи города. Фестиваль проводился не только в Перми, но и в городах Чайковском, Соликамске, а в планах 2019 года фестиваль будет осваивать новое культурное пространство « завод Шпагина». Во все годы организатором выступала и выступает Пермская ассоциация кулинаров. Ассоциация, привлекает в качестве партнеров администрацию города и администрацию Пермского края, а также предприятия тесно связанные с отраслью общественного питания. Каждый год организаторы фестиваля ставят определенные цели и задачи, а именно:

- популяризация традиционных блюд народов Пермского края;

- продвижение продуктов местных товаропроизводителей используемых для приготовления блюд;

- повышение уровня профессионального мастерства, работников сферы общественного питания;

- повышение сервиса, и распространение передового опыта в ресторанном бизнесе;

- поощрение инициативы юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по совершенствованию организации работы объектов общественного питания и ресторанных бизнеса.

Исторически сложилось оптимальное время для проведения фестиваля — осенний или весенний период, так как в летнее время посещаемость довольно низкая, сказывается период отпусков и дачный сезон. А при проведении фестиваля в осенне-зимний или весенний период, при интересной и насыщенной программе, его посещаемость может достигать 2-3-х тысяч человек в день, не считая участников события. Начиная с 2009 года, проведение фестиваля является ежегодным и обязательным и софинансируется из бюджета Пермского края. Благодаря чему фестиваль каждый год становится заметным всероссийским событием и площадкой, где есть возможность узнать много нового и поделиться своими наработками с коллегами. Фестиваль «Прикамская кухня» — одно из ключевых мероприятий Национальной ассоциации кулинаров; он всегда посещается независимыми экспертами, а победители фестиваля получают право участвовать в чемпионате России и защищать честь Пермского края на региональных, российских и международных чемпионатах и фестивалях кулинарного искусства.

Не секрет, что любой проект, а гастрономический не исключение, цикличен и чтобы через какое-то время «не сдуться» надо создавать бренд и развивать его.

Развить его можно путем привлечения туристических потоков и конечно, используя технологию Event маркетинга и продвижения в соцсетях. В России самые известные международные события — это Сочинская Олимпиада, Чемпионат мира по футболу, Формула 1, кинофестивали и авиасалоны, музыкальные конкурсы и фестивали. Остальные события многочисленны, но известны только узкому кругу россиян и не имеют международных откликов.

На территории России попыток организовывать и проводить кулинарные фестивали и шоу были и есть, но такого как «Прикамская кухня» не найдется. За 20 лет ежегодного проведения фестиваль перепробовал множество форматов, от демонстрации готовых достижений кулина-

ров, до соревнований по кондитерскому, поварскому искусству и сервису, где участвовали не только профессионалы, но и любители. За эти годы более пяти тысяч кулинаров Пермского края прошли через конкурсные программы и номинации фестиваля, что позволило им значительно повысить свой профессиональный уровень, что в дальнейшем отразилось на уровне работы общественного питания в Пермском крае, повысило привлекательность и сервисное обслуживание многих предприятий. Для большинства кулинаров «Прикамская кухня» — это старт и возможность участвовать в Российских и международных фестивалях, а в перспективе открыть свои предприятия общественного питания различных форматов и уровней.

На фестивале всегда проводится деловая программа, в рамках которой Пермская ассоциация кулинаров реализует благотворительные акции, адресованные детям, оставшимися без попечения родителей и просто учащимся школ (старшеклассникам). Во время акций молодые люди учатся готовить различные блюда и это позволяет им успешно социализироваться в обществе, выбрать в последствии профессию кулинара. Как отмечалось выше, фестиваль интересен для профессиональной среды, так называемой «НоИСа». А для того, чтобы сделать его более интересным для жителей Пермского края, не связанных с кулинарией, необходимо предусматривать «прицепку».

Прицепка — это мероприятие, которое привлекает население города, края и других регионов на фестиваль. К сожалению, у нас нет региональных продуктов, таких как вологодское масло или адыгейский сыр, но мы можем использовать наши кулинарные пристрастия и находки. Есть в регионе попытки кулинарных мероприятий («Фестиваль Черничного пирога» в Красновишерске, «Ай-да, рыжик» в Кудымкарском районе, «Еловская рыбка» в Елово, «Медовый Спас» в Уинском и др.), но не хватает так называемой «прицепки». Для Пермского края интересным вариантом мог бы стать фестиваль «Прикамская шаньга» или «Посиунчики» [2, 3].

Посиунчики очень сложно перевести для иностранцев не потеряв смысл данного блюда, а вот шаньги, которые есть и у финно-угорских народов и уральцев могли бы стать фишкой региона. Шаньги, шанежки готовятся

с различными начинками и из разного теста и употребляются в горячем виде с различными напитками, начиная от молока и киселя и заканчивая различными компотами. В настоящее время в Перми практически нет предприятий, предлагающих аутентичную прикамскую кухню, некоторые предприятия в меню включают отдельные блюда, но для гостей города этого недостаточно.

Самое интересное при проведении фестиваля — это ярмарка-дегустация, когда понравившийся продукт, или блюдо после дегустации можно приобрести. С предлагаемым продуктом можно творить и креативить. Фестиваль может быть оформлен как действие, где на пешеходной улице, или на площади стоят различные точки — палатки в которых предлагается попробовать шанежки и, если понравилось, то купить их, а можно сесть за столик, которые стоят по периметру мероприятия. Это можно организовать в стиле модного и набирающего силу формата «street food», который вполне может быть адаптирован под изготовление шанежки. Данный фестиваль мог бы стать брендом Пермского края и событием, на которое бы съезжались туристы, и параллельно мог бы проходить профессиональный конкурс кулинаров, можно считать килограммы съеденных шанежек. Хотя в качестве «прицепки» могут быть спортивные мероприятия, театральные и культурные фестивали и др., но в любом случае выиграл бы Пермский край, и это послужило бы развитию гостиничного сервиса и экономической привлекательности края.

Библиографический список

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма Ростов-на-Дону: Феникс, 2014, 252 с.
2. Карабаева А.З. Развитие гастрономического туризма в России и в Пермском крае // Вестник экологического образования. 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-gastronomicheskogo-turizma-v-rossii-i-v-permskom-krae> (дата обращения: 05.04.2019).
3. Пермский край: поедем-поедим! — Клуб регионов! URL: <http://club-rf.ru/59/detail/1307> (Дата обращения: 05.04.2019)/
4. Хорева Л.В., Трабская Ю.Г., Зеленская Е.М. Гастрономический брендинг как инновационная технология продвижения туристской дестинации // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2015. № 6 (96). С. 50–60.

В.В. Жуланова, И.Л. Вольхин

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 911.3

ТУРИСТСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В ПГНИУ

Проведен анализ динамики притока иностранных студентов в ПНИУ. По результатам выделены страны, из которых приезжает наибольшее количество студентов. На основании опыта работы с иностранными туристами сотрудников кафедры туризма ПГНИУ выделены национальные особенности иностранных студентов, приезжающих из Китая, Великобритании и ряда других стран. С учетом менталитета иностранных студентов предложены различные экскурсионные и туристские маршруты. Индивидуальный подход к каждой группе иностранных студентов формирует позитивный образ Пермского края и страны в целом и позволит увеличить приток иностранных туристов в ПГНИУ.

Ключевые слова: иностранные студенты, образовательный туризм, экскурсия.

V.V. Zhulanova, I.L. Volkhin

Perm State University

TOURIST SERVICE FOR FOREIGN STUDENTS IN PGNIU

Dynamics analyse of foreign students contingent variability in PSU was done. According to the results, countries from which the largest number of students comes were selected. Based on the experience of working with foreign tourists, the staff of the Department of Tourism of the Perm State University highlighted the national peculiarities of foreign students coming from China, Great Britain and number of other countries. Taking into account the mentality of foreign students, various excursion and tourist routes are offered. Individual approach to each group of foreign students forms positive image of Perm region and whole country. This will increase the number of foreign students studying at Perm state University.

Keywords: foreign students, educational tourism, excursion.

В период с 2008 по 2018 годы наблюдается увеличение количества иностранных студентов, обучающихся в Пермском крае. Среди учебных заведений наибольшей популярностью пользуется Пермский государственный медицинский университет (ПГМУ), на втором месте по количеству зарубежных студентов находится Пермский Национальный Исследовательский Политехнический Университет (ПНИПУ), на третьем месте располагается Пермский государственный национальный исследовательский университет (ПГНИУ).

© Жуланова В.В., Вольхин И.Л., 2019

Жуланова Влада Викторовна,
студентка 4 курса направления туризм, Пермский
государственный национальный исследовательский университет,
zhulanova-vlada@yandex.ru

Вольхин Игорь Львович,
к.физ.-мат. н., доцент, Пермский государственный национальный
исследовательский университет;
volkhin@psu.ru

тельский университет (ПГНИУ) [1]. По данным представленным на заседании Совета ректоров вузов Пермского края на 6 апреля 2018 года, в 2018 году в вузах Пермского края на постоянной основе обучалось более 1600 иностранных студентов из 52 стран мира [6]. При этом еще столько же приезжает в Прикамье по обмену и обучается несколько месяцев. За последние 4 года число иностранных студентов в краевых вузах увеличилось в 4 раза. Отмечено, что есть образовательные ниши, в которых краевые ВУЗы конкурентоспособны. Для их заполнения необходимо увеличение потока иностранных студентов в краевые вузы и создание условий для комфортного обучения в Пермском крае.

В связи с этим вероятен передел рынка образовательных услуг, представляемых вузами. В настоящее время почти половину рынка образовательных услуг Пермского края занимает ПГМУ, специализирующийся на обучении

студентов, прибывающих из Индии. Далее с небольшим отрывом друг от друга следуют ПНИПУ примерно 15 % и ПГНИУ порядка 10 %. Увеличение количества иностранных студентов дает возможность ПНГИУ увеличить, как количественное, так и процентное присутствие на рынке образовательных услуг, представляемых иностранным студентам и переместиться с третьего места на второе.

Для решения этой задачи специалисты международного отдела ПГНИУ прилагают усилия по увеличению потока иностранных студентов, предлагая дополнительные услуги с привлечением для их выполнения сотрудников разных кафедр. В этой связи кафедра туризма, имеющая большой опыт организации экскурсионного и туристского обслуживания, может предложить целый спектр дополнительных услуг в сфере образовательного туризма. Задачей настоящего исследования является анализ динамики изменения количества иностранных студентов, обучающихся в ПГНИУ и выделение основных групп стран, из которых они прибывают. Это позволит предложить специализированные программы экскурсионного и туристского сопровождения учёбы в Пермском крае с учётом их национальных и культурных особенностей.

На основании статистики приема иностранных студентов¹ на различные образовательные программы проведен анализ динамики количества иностранных студентов, обучающихся в ПГНИУ, результаты представлены на рис. 1. За период с 2008 по 2018 годы наблюдается рост количества студентов, который в 2018 году увеличился в 17 раз по сравнению с 2008 годом. Однако в 2018 году имеется небольшой спад.

В настоящее время (2018 г.) в ПГНИУ получают образование 365 студента из 45 стран мира. Следует отметить, что из 37 стран приехало небольшое число студентов (от одного до четырех человек). Такое географическое разнообразие затрудняет выявление основных тенденций. Поэтому для анализа нами было предложено объединить иностранных студентов по четырем группам стран: Азия, страны входившие в состав СССР, Европа и Северная Америка и Африка. На рис. 2 приведена статистика распределения студентов по группам стран за 2015–2018 годы. Видно, что основной поток иностранных студентов приходится на азиатские страны, вторыми по численности являются студенты из стран бывшего СССР, затем следуют студенты из Европейских стран и Северной Америки, и с большим отрывом замыкают список студенты с Африканского континента.

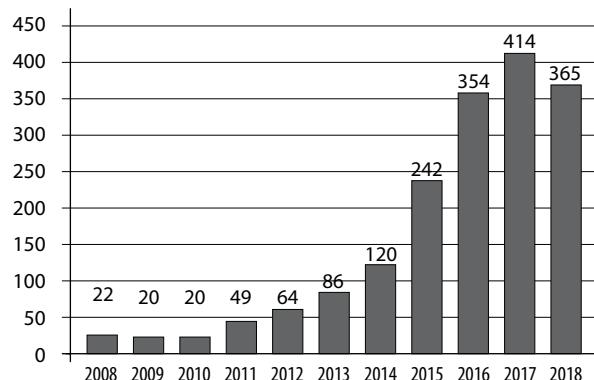


Рис. 1. Динамика количества иностранных студентов обучающихся в ПГНИУ

Для разработки специализированного экскурсионного и туристского продукта с учетом национальных особенностей иностранных студентов сделан детальный анализ их распределения по странам-лидерам (рис. 3). Основной страной пребывания является КНР, студенты которой и определяют динамику общего количества иностранных студентов обучающихся в ПГНИУ. Уменьшение их количества в 2018 году и обусловило падение общего числа студентов наблюдаемого на рис. 1. Следующими по численности с небольшими колебаниями по годам являются студенты из Великобритании и Казахстана. На студентов из Китая в 2018 году приходится 52 % всех приехавших. Далее с большим отрывом следуют студенты из Великобритании 3,8 % и Казахстана 5,4 %. Количество студентов, прибывших из Великобритании, изменяется слабо и в среднем за последние 4 года составляет 23 человека. Поток студентов из Казахстана постепенно снижается и за указанный период уменьшился в 1,9 раза. Студенты из Ирака начали прибывать с 2016 года, и их количество непрерывно возрастает, что в 2018 году вывело их на второе место и составило 9,3 %.

Традиционно на кафедре туризма ПГНИУ основное внимание уделялось студентам, прибывшим из Великобритании. Проведенный анализ показал, что наиболее перспективным направлением является экскурсионное и туристское сопровождение учебы Китайских студентов. Следует обратить внимание и на Иракских студентов. Для принятия обоснованных решений по организации их туристского обслуживания необходимо продолжить мониторинг количества прибывающих студентов из этой страны.

Нами сделан краткий анализ ментальных особенностей студентов из разных стран на основании опыта проведения экскурсий и туристских поездок, организованных сотрудниками и студентами кафедры туризма.

Отличительные особенности студентов из азиатских стран состоят в том, что они раз-

¹ Отчеты отдела международных связей ПНГИУ.

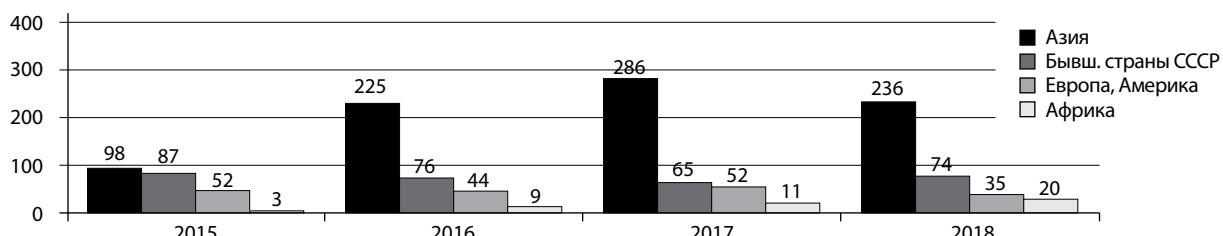


Рис. 2. Распределение студентов по группам стран

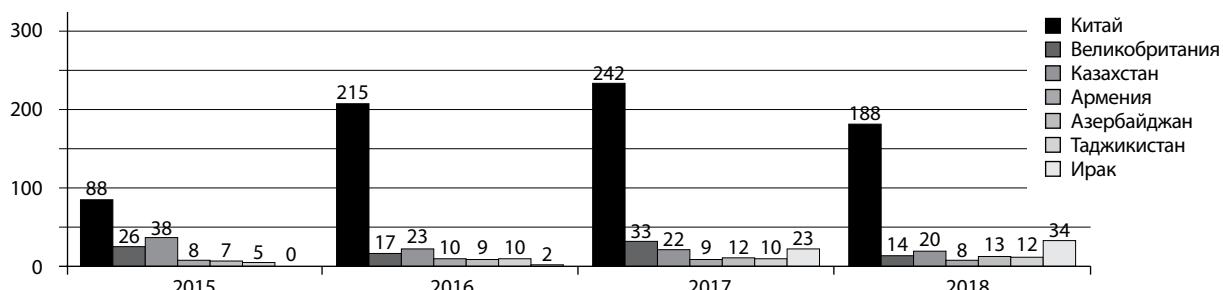


Рис. 3. Распределение студентов по странам-лидерам

говаривают на английском или приезжают со своим переводчиком, при организации активных туров ведут себя так единый коллектив и всегда готовы помочь своим товарищам и обслуживающему персоналу. По статистике отдела международных связей ПГНИУ большая часть китайских студентов приезжают на филологический факультет, в меньшей степени на экономический и геологический факультеты². Среди филологов в основном преобладают девушки. Китайцы более шумные, чем представители других наций. После их пребывания часто остается много мусора. Русская еда для них слишком пресная и чересчур сладкая.

Студенты страны бывшего СССР, в том числе из Казахстана, как правило, хорошо разговаривают на русском языке и языкового барьера между ними и экскурсоводом не возникает. Проблем с организацией их питания обычно не бывает.

Студенты, приехавшие из Великобритании, делятся на две группы. Одна из них — это коренные англичане, шотландцы и ирландцы, владеющие только одним английским языком, другая часть иностранные студенты, обучающиеся в английских университетах, которые говорят на нескольких языках, одним из которых является английский. Обеим группам студентов больше свойственен индивидуализм, чем коллективизм, они более требовательны к индивидуальному обслуживанию. Среди них обычно имеются вегетарианцы, что создает дополнительные трудности при приготовлении еды. Они достаточно дисциплинированы и выполняют указания гидов и экскурсоводов.

На основании проведенного анализа национальных особенностей и с учетом их образовательных программ, предложены различные варианты экскурсионного и туристского обслуживания. Общими для всех групп студентов являются ознакомительные экскурсии по городу Перми и университетскому кампусу. В ПГНИУ разработаны и реализованы многочисленные образовательные программы, в которые органически включены экскурсии и путешествия. В 2014 году была реализована программа «Культурные ландшафты провинции» для группы Китайских студентов из Шандуньского и Нанчанского университетов. Цикл образовательных экскурсий был построен как знакомство с различными видами культурных ландшафтов [3].

Первый маршрут: Пермская Художественная Галерея. Экскурсия знакомит с одним из главных символов Пермского края — «коллекцией пермских богов», где студенты узнают не только об ценных экспонатах, но и о здании, где расположилась галерея, которая представляет историческую ценность.

Второй маршрут: «Традиционная культура народов Прикамья»: (архитектурно-этнографический музей «Хохловка») — экскурсия этнографической тематики, во время которой студенты знакомятся с традиционной крестьянской культурой русских и коми-пермяков (бытовой, праздничной, промысловый, хозяйственной); узнают принципы деревянной архитектуры жилых, культовых и служебных зданий. Музей Хохловка — оптимальный ландшафт для проведения традиционных календарных обрядов.

Третий маршрут: «В гости к поэту Василию Каменскому»:

² Отчеты отдела международных связей ПГНИУ.

Историко-литературная экскурсия в поселок Троица, во время которой Пермь представлена как родина Василия Каменского — русского футуриста, поэта и авиатора, энтузиаста и близкого друга Владимира Маяковского. В музее «Дом поэта В.В. Каменского» в п. Троица туристы постигают особенности поэтики футуризма, знакомятся с визуальной поэзией и приемом звукографии, выполняют творческие задания по составлению текстов, художественному чтению, рисунку.

Четвертый маршрут: «По следам доктора Живаго»: литературные прогулки по Перми — литературная экскурсия, построенная на интерпретации локального текста. Туристы узнают культурные образы города, сформированные под влиянием путевых очерков и произведений мировой литературы (Б.Л. Пастернака, А.П. Чехова, М.А. Осоргина, А.Н. Радищева, А.И. Герцена и В.В. Каменского) [4, 5].

Из Великобритании традиционно на летний триместр прибывают группы физиков, обучающихся на кафедре теоретической физики ПГНИУ, химики и биологи. По гендерному составу это в основном мужские группы. Для них наиболее целесообразна организация активных туров. С учетом национальных особенностей англичан выделена их приверженность к водным путешествиям. Англия традиционно морская держава и английские университеты регулярно соревнуются в парусных и байдарочных регатах. В связи с этим для них разработаны маршруты сплавов по рекам Усьва и Вишера. Отдельный интерес представляет музей пермской артиллерии, где под открытым небом представлена продукция Мотовилихинских заводов.

Казахстан является степной страной и интерес для их студентов представляет путешествие по горно-таежной местности. Для этого лучше всего подходят пешие маршруты в Каменный город, Усьвинские столбы и Помянянский камень.

Следует отметить, что на африканском континенте нет снега, аналогичная ситуация складывается и в ряде азиатских стран. В связи с этим, для этой категории студентов предлагаются лыжные прогулки в окрестностях города Перми, по маркированным маршрутам лыжных баз «Динамо», «Звезда» и базы отдыха «Чайка».

Для всех групп студентов представляет интерес событийный туризм: Рождество, Масленица, Троица, Иванов день, Яблочный Спас, Праздник хлеба, Покров день.

Образовательный туризм в вузовской среде развивается пропорционально развитию международного межвузовского обмена. Для иностранных студентов путешествия внутри региона предпринимаются и с общекультурными, и с профессиональными целями. Путешествия предполагают погружение в языковую среду, расширение словарного запаса, формирование представлений о национальной культуре, религии, быте, изучение природных ресурсов, промышленных технологий и др. [2].

Досуг следующая после учебы аттракция иностранных студентов и в ряде случаев решающий фактор при выборе ВУЗа. Расширение спектра туристских услуг и популяризация их с помощью интернет технологий, индивидуальный подход к каждой группе иностранных студентов и профессиональный подбор экскурсионного обслуживания позволит увеличить приток иностранных туристов в ПГНИУ. Тем самым формируя позитивный образ Пермского края и России в целом.

Библиографический список

1. Вузы на экспорт. Студенты из каких стран предпочитают учиться в Прикамье, URL: <http://permkrai.ru/news/chislo-inostrannikh-studentov-v-prikame-velichitsya-v-1-5-raza/>
2. Глухова Т.П. Коммуникативные практики международной социальной коммуникации в высшем образовании // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия «Педагогические науки». 2012. № 7. С. 90–94.
3. Фирсова А.В. Культурный ландшафт как образовательная среда: структура и возможности / География и туризм / Научный рецензируемый журнал / Вып. 1. 2018 г. С. 86–94.
4. Фирсова А.В. Роль художественной литературы в моделировании географических образов (на примере Перми) // Географический вестник. Научный журнал. Пермь, Типография ПГНИУ, Выпуск 4 (35) / 2015. С. 53–57.
5. Фирсова А.В., Мышлявцева С.Э. Образовательный туризм в Пермском крае: учеб.-метод. пособие / А.В. Фирсова, С.Э. Мышлявцева; Перм. гос.нац. иссл.ун-т. — Пермь, 2014., 149 с.
6. Число иностранных студентов в Прикамье увеличится в 1,5 раза, URL: <http://permkrai.ru/news/chislo-inostrannikh-studentov-v-prikame-velichitsya-v-1-5-raza/>

СПОРТИВНЫЙ И ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННЫЙ ТУРИЗМ

А.П. Зуев

Пермский краевой центр «Муравейник»

УДК 910.3

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ В СЕВЕРНОЙ ЧАСТИ ПОЛЯРНОГО УРАЛА

Полярный Урал — горная область на севере Евразии на территории России, самая северная часть Уральских гор, очаг современного оледенения на Урале. Северную часть этой области называют Заполярным Уралом, поэтому в основу планирования маршрута был положен принцип «пройти полностью отдельный туристский (географический) район». Группа выдвинула гипотезу о возможности автономного пешеходного маршрута третьей категории сложности от горы Константинов Камень до поселка Полярный на реке Собь. В работе даются рекомендации по планированию маршрутов и информация об экологических нарушениях в районе путешествия.

Ключевые слова: Полярный Урал, современное оледенение, автономный пешеходный маршрут, Константинов Камень, Собь, экологические нарушения.

A.P. Zuev

Perm regional center «Muraveynik»

THE MODERN FEATURES OF TOURIST ROUTES IN THE NORTHERN PART OF THE POLAR URALS

The Polar Urals is a mountainous region in the North of Eurasia in Russia, the northernmost part of the Ural mountains, the focus of modern glaciation in the Urals. The Northern part of this area is called the Transpolar Urals, so the basis of the route planning was based on the principle of «go completely separate tourist (geographical) area». The group hypothesized about the possibility of an autonomous pedestrian route of the third category of complexity from the mountain Konstantinov Kamen to the village Polar on the river Sob. The work provides guidance on route planning and information on ecological violations in the area of travel.

Keywords: Polar Urals, modern glaciation, autonomous pedestrian route, Konstantinov Kamen, Sob, ecological violations.

Общие сведения о районе. Полярный Урал — горная область на севере Евразии на территории России, самая северная часть Уральских гор. Простирается от горы Константинов Камень на севере до истоков реки Хулга

на юге [6, с. 3]. По характеру рельефа разделяется поперечной долиной реки Собь на две части: южную с высшей точкой горой Пайер (1472,2 м) и северную — с вершиной 1375,5 м в хребте Оченырд.

Район расположен на территории Республики Коми и Ямало-Ненецкого автономного округа. Условная граница Европы и Азии проходит по главному уральскому водоразделу бассейнов рек Печоры (на западе) и Оби (на востоке) и, в основном, совпадает с гра-

© Зуев А.П., 2019

Зуев Анатолий Павлович,

кандидат в мастера спорта, заслуженный путешественник России, старший инструктор-методист ГУ ДО «Пермский краевой центр «Муравейник», г. Пермь,

anatoly.zuev@yandex.ru

ницей этих субъектов Российской Федерации. Часть стока северных склонов приходится на Байдарацкую губу Карского моря Северного Ледовитого океана.

Название Полярный Урал ввел А.И. Шренк (1816–1876), чтобы отделить суровый крайний север Урала от более мягкого по климату Северного Урала. Ширина горного района здесь достигает 125 км [6, с. 8]. Характерной особенностью рельефа является исключительно глубокое расчленение хребтов с отметками более 1000 м над уровнем моря поперечными долинами с высотами перевалов 250–300 м [6, с. 9]. Подошва хребтов на севере района едва превышает 100–150 м. Здесь в верховьях реки Малая Уса находится самая восточная точка Европы, а озеро Большое Щучье, расположенное в тектонической впадине, является самым полноводным и глубоким на Урале — 136 м [13, с. 17].

Это очаг современного оледенения на Урале. Со времени открытия в 1929 г. первых ледников на Урале они явились объектом исследований в период проведения 2-го МПГ (1932–1933 гг.) и МГГ (1957–1959 гг.). В 1957–1963 гг. Полярно-Уральской экспедицией ИГАН СССР был собран обширный материал по гляциологии Урала. Крупнейший из ледников — ИГАН был обнаружен в 1953 г. Л.Д. Долгушиным на склоне горы Харнаурды-Кеу [10]. В 1957 г. А.О. Кеммерихом был открыт самый северный на Урале очаг современного оледенения в хребте Оченырд [7]. Всего на 1 марта 1964 г. на Урале было известно 143 ледника общей площадью 28,66 км², в том числе в северной части Полярного Урала наибольшее их количество — 63 ледника площадью 15,09 км² [4].

В северной части Полярного Урала на территории ЯНАО расположены два участка природного парка «Полярно-Уральский» — «Горнохадатинский» (озера Большое и Малое Щучьи, Большая и Малая Хадатаёганлор, реки Щучья и Хадата) и «Ханмей-Пайпудынский» (реки Большая и Малая Пайпудына). На проход через территорию парка и проведение организованного экологического туризма необходимо получить разрешение в Департаменте природно-ресурсного регулирования, лесных отношений и развития нефтегазового комплекса ЯНАО.

Магнитное склонение в районе восточное: г. Константинов Камень +25°, озёра Большое и Малое Щучьи +24°. Полярный Урал находится в двух часовых поясах от Москвы, поэтому в ЯНАО время уральское (мск. + 2 часа), однако на территории Республики Коми время — московское.

Поисково-спасательные формирования региона: Коми Республикаанская ПСС — Сыктывкар, ул. Катаева, 47; (8362) 421-540; Воркутин-

ский ПСО — г. Воркута, ул. Ленинградская, 5а; 8 (82151) 3-14-14. Туристско-экскурсионное бюро «Метелица» — www.vorkuta-tour.ru.

Современные варианты заезда на маршрут. По долинам рек Елец и Собь проходит трансполярная магистраль Северной ж. д., имеющая продолжения на север: на западном склоне от ст. Сейда до Воркуты, на восточном — от ст. Обская до Бованенково, Карская (в перспективе — Харасавэй). Это самая северная из действующих железных дорог в мире построена ОАО «Газпром» к нефтегазо-конденсатным месторождениям полуострова Ямал. Планируется строительство моста через р. Обь и продолжение ж. д. от ст. Лабытнанги через Салехард далее на восток. Автомобильная дорога с «материикой» заканчивается в Ухте и Сосногорске.

Традиционные пути заезда в район идут по Северной ж. д. до Воркуты или до ж.-д. станций на ветке Чум — Лабытнанги. На участке Воркута — Сейда — Лабытнанги через все остановочные пункты проходит рабочий поезд.

Бездедные и автомобильные дороги в районе, проложенные геологами в 1960–1990-х гг., используются для завоза туристов в верховья рек Кара, Большая и Малая Уса, Нияю, Лонготъёган, на озёра Естото, Большое и Малое Щучьи, Большое и Малое Хадатаёганлор. Заезд в горы осуществляется на вездеходах из Воркуты, Полярного, Харпа практически в любую точку (информация на сайте «Вездеходы Урала»). Транспортные услуги оказывает и туристско-экскурсионное бюро «Метелица».

Проезд по ведомственной автомобильной трассе Воркута — Яры только по пропускам, выдаваемым Воркутинским ЛПУМГ (169906, г. Воркута, ул. Ленина, д. 38). Вдоль трассы — КПП, жилые комплексы и другие объекты ОАО «Газпром». Грейдерная дорога идет по возвышеностям, через реки построены железобетонные мосты. Километраж: 0 км — ГКС «Песец», 102 км — отвороты в пос. Хальмер-Ю и к слиянию рек Большая и Малая Кара, 135 км — р. Кара (граница Республики Коми и ЯНАО, магазин-фактория), 160 км — р. Лядхэйяха, 187 км — р. Нярмаяха, 244 км — ГКС «Яры» (берег Северного Ледовитого океана).

Продукты на маршруте можно приобрести в магазине-фактории (135-й км), у оленеводов в долинах рек Кара, Нярмаяха, Уса, Хадата, Лонготъёган, Большая Пайпудына, Собь (мясо, рыба), на ж.-д. станциях Сейда, Елецкая, Харп, Лабытнанги можно приобрести также ж.-д. билеты. В городах Воркута, Лабытнанги, Салехард имеются магазины, гостиницы, больницы, столовые, торговые центры, музеи, есть возможность приобрести сувениры местного производства, фотоальбомы, путеводители.

На озере Большое Хадатаёганлор дом бывшей метеостанции «Хадата» в аварийном состоянии, туристский приют разрушен. В устье ручья Воргашор летом стоят чумы семьи Вэненго (есть рация, генератор), здесь можно встретить иностранных этнотуристов.

Общая смысловая идея. Полярный Урал — это район, в котором имеется почти полный набор препятствий для пешеходных маршрутов, а его географический показатель (9) — один из самых высоких среди районов РФ, «доступных» бюджетным туристским группам. По характеру рельефа и геологическому строению он разделяется на южную и северную резко различающиеся части [6, с. 7]. Их различия весьма существенны, что дает некоторым географам основание делить Полярный Урал на собственно Полярный и Заполярный [10]. С недавнего времени северную часть Полярного Урала, расположенную «за» ж.-д. веткой Чум — Лабытнанги, в туристской литературе также стали называть Заполярным Уралом. Вот почему в основу планирования маршрута был положен принцип «пройти полностью отдельный туристский район». При этом нами была выдвинута гипотеза о возможности прохождения автономного пешеходного маршрута от горы Константинов Камень до поселка Полярный на реке Собь, классифицируемого третьей категорией сложности (к. с.) и с препятствиями не выше 1Б категории трудности (к. т.). Следует заметить, что ранее подобные маршруты классифицировались 4–5 к. т.

Для этого у нас имелись убедительные основания:

1. Существующий Перечень классифицированных и эталонных туристских спортивных маршрутов и препятствий (2008) содержит маршруты по Полярному Уралу, продублированные из предыдущего Перечня 1986 года, где их сложность, в первую очередь, определяли такие параметры, как удаленность от населенных пунктов и сложность заездов / выездов с маршрута.

Несложно видеть, что информация в них сильно устаревшая (орфография со-хранена) [9, с. 12]:

- 4 к. с.: г. Воркута — ж/д — Халмер-Ю (брош.) — р. Кара — г. Борзова (н/к, восх.) — лед. Боча — лед. Долгушина — г. Нетем-Пе (н/к, восх.) — г. Лягдей (1А, восх.) — г. Байдарата (н/к, восх.) — оз. М. Щучье — оз. Б. Хадата — лед. ИГАН — ст. 110 км;

- 5 к. с.: г. Воркута — пос. Халмер-Ю (не-жил.) — р. Кара — хр. Оченырд — пер. с р. Гнетью на р. Б. Кара — оз. Гнетью — г. Нгэтенапэ (1Б) — г. Константинов Камень — г. Хуута-Саурей (1А) — оз. Б. Щучье — р. Б. Хадыта — пер. ИГАН (1А) — г. Хар-наурды-Кеу (1А) — р. Б. Уса — ст. Полярный Урал.

2. В настоящее время заезд на маршрут не является проблемой для туристов — у подножия горы Константинов Камень проходит автотрасса ОАО «Газпром» Воркута — Яры, а в конце маршрута имеется возможность выезда заказным транспортом по Харбейскому тракту в поселок Полярный. Таким образом, протяженность линейной части планируемого маршрута не превышает 160–170 км, что соответствует нормативной протяженности пешеходных маршрутов 3 к. с.

3. Методика категорирования пешеходных маршрутов (2016) допускает включение в маршрут 3 к. с. в качестве определяющих препятствий (ОП) локальные препятствия 1Б к. т.

В 2018 году юношеской командой Пермского края под руководством автора статьи были поставлены следующие задачи:

- взойти на Константинов Камень — самую северную вершину Урала;
- совершить первопрохождение перевала в массиве горы Лядхэй;
- посетить самые северные на Урале — ледник Алёшкова и очаг оледенения на хребте Оченырд;
- достичь самой восточной точки Европы, полюбоваться гладью озера Малое Щучье и увидеть легендарную метеостанцию «Хадата», воспетую А. Я. Круппом;
- посетить самые крупные на Урале — ледник ИГАН и водопады на ручье Гидрологов.

Исходя из поставленных задач, «нитка» маршрута наикратчайшим путем «связала» все эти объекты: оз. Хальмерто — г. Константинов Камень (н/к, 483,2) — р. Сябтаяха — р. Нярмаяха — р. Малая Лядхэяха — г. Лядхэй (1Б, 1166,2) — пер. б/н (н/к, 642) — руч. Каньонный — пер. Каньонный-Пермский (1Б, 804; первопрохождение) — р. Очетывис — пер. Лимбятах — (н/к, 376) — г. Нгэтенапэ (1Б, 1338,2) — руч. Моренный — пер. б/н (1Б, 698) — р. Лимбятах — р. Большая Кара — пер. б/н (н/к, 578) — р. Гераусваю — перевалы б/н (н/к, 385, 402) — р. Нюдя-Пырятанё — оз. Малое Щучье — р. Малая Щучья — р. Маталаватарка — истоки р. Малая Уса — руч. Воргашор — р. Большая Хадата (1Б, переправа) — пер. Плато ИГАН (1Б, 780) — р. Гэнахадата — р. Большая Уса — р. Большая Пайпудына — пос. Полярный — р. Собь.

Маршрут пермских туристов по Заполярному Уралу. Начинался маршрут восхождением на гору Константинов Камень. От Карского моря её отделяет 45 км тундры. Коми-ижемцы называли эту возвышенность Минисей-Пом — «Конец Минисея». Ненецкое название Нгутоспэ — «Последняя гора» или Туано-Пэ — «Пароходный камень» (гору хорошо видно с моря — она служила ориентиром) [8].

6 августа 1848 г. гору посетила экспедиция Русского географического общества (РГО).

Её руководитель Э.К. Гофман писал: «Карабкаясь по огромным глыбам зернистого красного кварцита, мы достигли через час вершины. Плоскость вершины спускается к западу тремя уступами, но потом падает в тундру круто. На этом последнем звене обширного хребта была закончена Уральская экспедиция, имевшая задачею — определить протяжение Уральского хребта, и эта раньше безымянная гора, стоящая сторожевой пограничной твердыней двух частей света, получила название в честь генерала-адмирала, президента Русского географического общества, великого князя Константина Николаевича (сына Николая I). Мы поставили в знак нашего здесь пребывания пирамиду из трех каменных плит» [10].

25 марта 2015 г. в честь 170-летия образования РГО на вершине г. Константинов Камень был установлен современный памятный знак. Отсюда наш маршрут шел на юг. Заход в горный массив отличался плавным набором высоты по пологим увалам. Длительное отсутствие дождей и невысокий уровень воды в реках Нярмаяха и Малая Лядхэйяха позволили перейти их вброд в среднем течении, ниже каньонов [6, с. 56].

Для технической «разминки» и в качестве эмоциональной добавки на 3-й день было совершено восхождение на г. Лядхэй (1166,2) — высшую точку одноименного массива в истоках р. Большая Лядхэйяха. Полное название горы в виде Лядхэй-Пэ переводят с ненецкого: лядхэй — «трещина, расщелина, щель», пэ — «камень, скала»; «Щелевой (Ущельный) Камень» [8]. На наш взгляд, первично название реки Лядхэйяха: её истоки протекают в глубоких ущельях-каньонах, а в северных отрогах массива хорошо «читаются» на карте и прослеживаются на рельефе тектонические разломы, идущие вдоль подножья гор и «разрезающие» эти отроги в нескольких местах.

Вершина Лядхэй — прекрасная обзорная точка. В хорошую погоду с неё можно разглядеть на севере Байдарацкую губу Карского моря Северного Ледовитого океана, на северо-востоке гору Константинов Камень, на юго-западе открывается панорама хребта Оченырд — с расстояния 10 км прекрасно видны г. Нгэтенапэ (1338,2) и безымянная вершина с отметкой 1375,5 м — высшая точка этого хребта и всего Заполярного Урала. На южном склоне г. Лядхэй в глубоком каре лежит самый северный на Урале ледник Алёшкова [6, с. 67], названный (как и одноименные хребет и гора на Приполярном Урале) в честь геолога Александра Николаевича Алёшкова (1896–1949), помощника начальника Североуральской экспедиции Академии наук и Уралплана в 1924–1928 годах, доктора геолого-минералогических наук, от-

крывшего первый ледник на Урале — Гофмана и давшего название высшей точке Урала — гора Нарбдная (1895,0).

После г. Лядхэй мы планировали выйти к подножию хребта Оченырд для знакомства с самым северным очагом оледенения на Урале. Для этого необходимо было оптимальным путем проложить маршрут из долины р. Малая Лядхэйяха к истокам р. Лимбята-яха. Местоположение возможной седловины мы определили по топографическим картам и спутниковым снимкам. Перевал, названный впоследствии Каньонный-Пермский (1Б к. т.), наикратчайшим путём связал истоки этих рек: нитка маршрута прямая, как стрела, пересекла хребет между истоком ручья Каньонный и озером Очеты.

Название в виде Каньонный-Пермский было дано по ручью и территории нашей группы: каньон (от испанского «труба, ущелье») — «глубокая речная долина с крутыми, нередко отвесными склонами и узким дном, обычно занятым руслом реки», а Пермь (в прибалтийско-финских языках «Рега таа», в вепском — «Перя ма») — «задняя (дальняя, окраинная) земля». Первопрохождение перевала с севера на юг было совершено нами 22 июля 2018 года.

В живописном месте у подножия Оченырда, откуда открывается панорама всего хребта, мы разбили базовый лагерь. Отсюда мы совершили восхождение на гору Нгэтенапэ (1338,2) — господствующую вершину в истоках р. Лимбята-яха. Её название произошло от ненецких слов «нгэтенась» — «выдаватьсь, выступать», «нгэта» — «имеющий ноги» или «нгэтась» — «быть с ножками», то есть «выдаватьсь» над другими [8]. В долине ручья Моренный нами были осмотрены ледники: МИИГАиК (Московский институт инженеров геодезии, аэрофотосъемки и картографии), МГГ (Международный геофизический год, с 01 июля 1957 г. по 31 декабря 1958 г. 67 стран проводили на всём земном шаре геофизические наблюдения и исследования по единой программе и методике) [10] и Терентьев (Егор Терентьев — ненецкий оленевод, впервые сообщивший в 1911 г. о наличии ледников на Полярном Урале) [6, с. 66].

От легендарной метеостанции «Хадата» туристы, заканчивая свои маршруты, выходят из района к железной дороге разными путями. Мы выбрали наикратчайший из них — на юг, с переправой через р. Большая Хадата и перевалом Плато ИГАН (1Б к. т.). В конце июля 2018 года знаменитый каскад водопадов в верховьях ручья Гидрологов был полностью закрыт обширным снежником. Резкое ухудшение погоды не позволило нам совершить восхождение на г. Харнаурды-Кей (1246,1) — нижний край облачности был на 0,5 км ниже её верши-

ны. Удалось рассмотреть только язык ледника ИГАН — крупнейшего по площади на Урале [10]. От истоков ручья Гидрологов вышли на бровку плато ИГАН к приметной скале с круглым камнем наверху, около которой разбросаны металлические трубы, обрывки проводов (возможно, здесь на плато с 1958 г. стоял домик гляциологов).

В истоке р. Гэнахадата лежит прислоновый ледник Медвежий. Пологий гребень разделяет эту реку и исток р. Большая Уса. Здесь мы наблюдали редкое явление на горных реках, называемое бифуркацией, — «разделение» реки на два русла. При этом около 70% водного стока р. Гэнахадата принадлежит р. Большая Хадата (бассейн р. Оби), а 30% — р. Большая Уса (бассейн р. Печоры) [6, с. 51]. Таким образом, выше точки бифуркации граница Европы и Азии проходит по руслу р. Гэнахадата, а не по водораздельному гребню.

Спустившись в долину р. Большая Уса, мы вновь попали в Европу. Вдоль правого борта долины проходит хребет Изъяхой, на его склоне лежат каровые ледники Баклунда, Кулика и прислоново-долинный ледник Большевусинский.

Концовка нашего 229-километрового автономного маршрута была типично «пешеходной» (31 км по Харбейскому тракту), и завершилась она в поселке Полярный на реке Собь. Линейная часть маршрута составила 191 км.

Рекомендации по планированию маршрутов. Полярный Урал отнесен к группе тундровых и лесотундровых районов и находится, в основном, в безлесной зоне с очень неустойчивой погодой, существенное влияние на которую оказывает близость Северного Ледовитого океана. Лучшее время для туристских походов — вторая половина июля. В июне много кровососущих, июль — самый теплый месяц, а в августе велика вероятность дождей и выпадения снега. Солнечная погода в июле редко длится более 10–12 дней подряд. Западные и северные ветры приносят дождь и похолодание.

Необходимо иметь соответствующее снаряжение (в т. ч. примусы или газовые горелки), быть готовым к внезапному изменению погоды, иметь опыт организации ночлегов в безлесной зоне, включать в график маршрута дополнительные резервные дни на непогоду. При планировании дневных переходов следует учитывать, что в июне-июле на данной широте стоит полярный день. Это позволяет варьировать «рабочее» время в очень широком диапазоне, например: ранний подъём — прохождение перевала — дневной отдых с обедом (2–3 часа) — вечерний подход к следующему перевалу. В августе продолжительность светового дня резко уменьшается (примерно на 13 минут в день).

Для этого района рекомендованы, в основном, маршруты 3–5 к. с., включающие типичные «пешеходные» препятствия: переправы, перевалы, вершины, каньоны, траверсы хребтов, болота, стланик, осыпи и морены, а также небольшие снежные и ледовые участки. Популярны в районе и пеше-водные маршруты со сплавом по рекам Нярмаяха, Кара, Уса, Собь, Щучья, Хадата, Лонготьеган и др. — в качестве завершения активной части маршрута и выхода в населенные пункты для отъезда домой.

Ориентирование по карте несложное, долины рек и перевалы «читаются» хорошо, а «газпромовская» трасса и вездеходные дороги видны на космических снимках. Рекомендуем карты с сайта nakarte.me. Справочная база по району обширная, но некоторые вершины и перевалы имеют разные названия и высоты в Перечне классифицированных перевалов среднегорья России (2008) [9], туристских отчетах и путеводителе «Урал. Иллюстрированная краеведческая энциклопедия» [10], а большинство некатегорийных перевалов не имеют названий (б/н), что вносит путаницу.

Рекомендуемые варианты начала/окончания маршрута с целью снижения его протяженности:

1. Отворот на 102-м км с «газпромовской» трассы к слиянию рек Большая и Малая Кара — подход к г. Борзова и хр. Оченырд с юга.
2. Мост через р. Кара (135-й км) — подход к хр. Оченырд с северо-запада.
3. Заезд на озеро Усваты (из Воркуты) или озеро Малое Щучье (из Лаборовой).
4. Выезд от озёр Малое (в Воркуту) и Большое Хадатеёганлор (в Полярный).
5. Выезд по долинам рек Большая Уса и Большая Пайпудына в поселок Полярный.

Потенциально опасные участки и явления. Переправы вброд через крупные реки (Нярмаяха, Лядхаяха, Кара, Хадата, Собь) в среднем и нижнем течении затруднительны, а в дождливый период опасны. Сложность переправ в сухой период, а также в верховьях рек и в местах расширения речных долин значительно ниже. На реках Кара, Нярмаяха и Малая Лядхаяха имеются глубокие живописные каньоны с водопадами.

Летом преобладают ветры западного и северо-западного направлений, на перевалах, на берегах крупных озер и в широких долинах их сила увеличивается много-кратно. Поэтому при установке палаток следует использовать формы микрорельефа (невысокие скалы, гребни) и/или строить из камней ветрозащитные стенки. Зимой западные и юго-западные ветры переносят снег на восточные склоны, где он сохраняется иногда на протяжении всего лета. Наибольшее количество полярно-уральских ледников и снежников лежит на склонах

северо-восточной, восточной и юго-восточной экспозиции. Летом в солнечную погоду таяние снежников на склонах активизируется, и во второй половине дня по травянистым террасам начинают течь ручьи, после захода солнца эти ручьи исчезают.

На пастбищах и в местах, где стоят чумы оленеводов, территория сплошь «усеяна» экскрементами животных. Поэтому мы не рекомендуем туристам пить неочищенную воду из близлежащих озер и рек. В период проведения нашего маршрута оводы (паути) уже отошли, в тундре «злобствовали» комары, но срок появления мошки ещё не наступил.

В долинах рек Большая Пайпудына, Харбей, Собь имеются следы добычи полезных ископаемых, что отнюдь не украшает первозданный ландшафт [12, с. 62]. Хотя, возможно, именно это привлекает сюда «геотуристов», путешествующих с целью сбора ценных образцов минералов. Имеются в этом районе и «следы» ГУЛАГа, и военных объектов времен «холодной войны».

В последние десятилетия в регионе отмечается потепление климата. Но в 2018 году активное таяние снега в горах Заполярного Урала началось только в первых числах июля, поэтому даже в конце июля на склонах гор еще лежали крупные снежники. На нашем маршруте температура воздуха в долинах поднималась до +30-35°С, дождей не было, и реки значительно обмелели. Рыба (хариус) на удочку стала ловиться только в р. Большая Хадата. Из животных часто встречались зайцы. По причине позднего лета ягод и грибов не было совсем.

Содержание исследовательской работы.
На маршруте группа выполняла задание кафедры туризма географического факультета ПГНИУ по теме «Анализ развития туристской индустрии и туристских процессов на Полярном Урале (в районе путешествия)».

В подготовительный период мы проанализировали отчеты групп, маршруты которых проходили по северной части Полярного Урала, познакомились с периодическими изданиями и специальной литературой, просмотрели фотографии и спутниковые карты района.

На маршруте нами были проведены: сбор информации, сравнительный анализ топографических и спутниковых карт, визуальное наблюдение, фотографирование, оценка результатов. Дополнительно проводились: опрос местных жителей и туристов, корректировка карт с нанесением современной дорожной сети и объектов туристской инфраструктуры.

Некоторые итоги и выводы по результатам работы:

1. Корректировка сведений о перевалах и вершинах северной части Полярного Урала.

До сих пор в некоторых путеводителях [6, с. 4] и туристских отчетах высоты и названия вершин, являющихся «визитными карточками» района, указаны неправильно: Константинов Камень — 492 вместо 483,2; Нгэтенапэ — имеют «Нэтэм-Пэ, 1363» [6, с. 40] вместо 1338,2; главная вершина хребта Оченырд — 1317 вместо 1375,5 и т. д. На современных картосхемах (например, в книге Н. Рундквиста «Урал. Иллюстрированная краеведческая энциклопедия» [10]) отметки высот с десятичным знаком после запятой округляют до целых чисел по правилам арифметики, что приводит к путанице в определении вершин, не имеющих названий.

Группа произвела корректировку туристских карт района исследования и нанесла на них дороги, перевалы, вершины и отметки их высот.

2. До сих пор не разрешен спор о местоположении самой восточной точки Европы. В Республике Коми утверждают, что она находится в истоках р. Маталаватарка на возвышенности 418,2 м, и даже установили там памятный знак (в настоящее время сломан). В ЯНАО считают, что на возвышенности 780,5 м: они называют её «гора Нгодяяха» по реке на восточном склоне и организуют на ней экскурсионные туры «К самой восточной точке Европы».

Согласно нашим наблюдениям 2007 и 2018 годов оба эти утверждения не совсем корректны. Мы считаем, что самая восточная точка Европы расположена между ними: Главный уральский водораздел и, соответственно, граница Европы и Азии проходят через небольшой осыпной холм в 1,5 км к северо-востоку от возвышенности 780,5 м. На карте-километровке это место обозначено 3-метровым скальным обрывом, от него начинается разделение водотоков на «европейские» и «азиатские». От этой точки административная граница Республики Коми и ЯНАО поворачивает на северо-северо-запад, а водораздел — на северо-запад к небольшому озеру на седловине в истоке р. Маталаватарка. 8 августа 2007 года пермская группа под руководством А.П. Зуева установила на этом холме каменный тур с контрольной запиской «Самая восточная точка Европы».

27 июля 2018 года мы стояли лагерем на седловине между 1-м «азиатским» озером в западном истоке р. Маталаватарка и правым притоком р. Малая Уса, а на следующий день поднялись на плато в направлении этого холма, пройдя вдоль линии водораздела и отследив положение «европейских» и «азиатских» водотоков.

3. Исследование северной части Полярного Урала на предмет наличия современных ледников.

Признаки последнего оледенения в виде троговых долин, каров и ледников можно найти на всей территории Полярного Урала. Первый на Урале ледник (Гофмана) под г. Сабля обнаружил в 1929 году А.Н. Алёшков, его именем назвали самый северный ледник на Урале. В питании уральских ледников значительную роль играют лавины, почти все ледники имеют тенденцию к сокращению, у их концов располагаются моренные валы и живописные озера.

Практически во всех современных путеводителях, туристских отчетах и на сайтах ледник МГУ позиционируется как «самый длинный на Урале» — 2,2 км [13, с. 17], в то время как его длина с 1964 года сократилась в 5 раз, а на месте его долинной части плещется озеро [12, с. 149]. На километровке Генштаба отсутствует ледник ИГАН — самый большой по площади на Урале: вместо него — условный знак «тундровая растительность». Не отмечены на картах и многие другие ледники.

В 2018 году наш маршрут прошел через ледник Алёшкова, три ледника хребта Оченырд (Терентьева, МГГ, МИИГАиК), язык ледника ИГАН, а также в непосредственной близости ледников Боча, Долгушина, Сынок, МГУ, Маркова, Малыш, Фёдорова, Прилепыш, Рогатый, Малоусинский, Олений, Медвежий, Баклунда, Кулика, Большеусинский, Ленточный. Мы произвели фотофиксацию большинства ледников и снежников, откорректировали их местоположение и названия на карте.

4. Группа собрала информацию об экологических нарушениях по маршруту следования, произвела их фотофиксацию, а также провела практическую работу по очистке стоянок от мусора и извлечению браконьерских сетей из озера Малое Щучье.

В целом экологическое состояние природного комплекса в районе проведения маршрута можно признать удовлетворительным. К основным объектам и явлениям, негативно влияющим на состояние природного комплекса данной территории, относятся:

А) Трасса газопровода на участке Воркута – Яры, проходящая по тундре вдоль северо-западного склона гор на удалении 20–30 км от их подножия. На трассе расположены объекты инфраструктуры ОАО «Газпром»: контрольно-пропускные пункты, склады техники и ГСМ, компрессорные станции, строения обслуживающего персонала и др. Параллельно газопроводу проходит ведомственная автомобильная дорога, грунт для отсыпки которой добывается в рядом расположенных карьерах. Дорога пересекает крупные реки по железобетонным мостам, а мелкие протоки, соединяющие многочисленные озера, — по водо-

пропускным трубам большого диаметра. По этим же протокам происходит миграция рыб из рек бассейна Кары и Усы в тундровые озера и обратно. Довольно часто газовики и водители ловят рыбу прямо у дороги, перегораживая сетями протоки около этих труб. В сухую погоду от проезжающих машин над дорогой поднимаются облака пыли, которая западными ветрами переносится в тундру. Значительное количество пыли оседает на склонах гор, следы её мы обнаруживали даже на предвершинных снежниках.

Б) Неконтролируемый выпас оленей, приводящий к деградации растительного покрова тундры. Многотысячные стада вытаптывают ягель — основной корм северных оленей, а отсутствие системы грамотного чередования пастбищ, практиковавшейся в советское время в оленеводческих колхозах, не позволяет растительности своевременно восстанавливаться на территориях, эксплуатируемых семейными оленеводческими бригадами. Оленей у «частников» стало больше, а пастбищ меньше: часть их в последнее время была изъята из пользования под трассу газопровода.

По нашим опросам, сами оленеводы не планируют согласовывать друг с другом численность оленевых стад и нагрузку на пастбища — им привычней винить в возникшей проблеме пришлых людей (газовиков, геологов, оленеводов другой национальности) или глобальное потепление. Практически вся равнинная тундра и горные долины «распределены» между определенными семьями — это их родовые земли. По тундре современные оленеводы передвигаются летом на квадроциклах и самодельных вездеходах-пневматиках. На местах, где стояли чумы оленеводов, остается практически голая земля: полностью вытоптанный мох, экскременты оленей, следы жизнедеятельности людей — костища, черепа и крупные кости съеденных животных, упаковка от продуктов, стеклянные бутылки из-под алкогольных напитков, пивные банки, рваная одежда, ломаная посуда и снаряжение, брошенная техника и т. п. Многочисленные стада оленей и чумы нам встретились сразу после пересечения автотрассой моста через р. Кара, при въезде на территорию ЯНАО. По утверждению администрации, на западном склоне Урала в Приуральском районе ЯНАО насчитывается оленье стадо в 120 тысяч голов.

В начале августа оленеводы традиционно собираются на праздник День оленевода. В последние годы место для него выбирают у подножия горы Константинов Камень около священного озера Манясейто (Ёмынг-лор) — на берегу озера Хальмерто («халь-

мер» — покойник, у озера ненецкое кладбище). В устье ручья Воргашор семья Вэненго развивает этнотуризм, принимая в своих чумах иностранных туристов. К оленеводам в долинах Большой Пайпудыны и Лонготъегана местные турфирмы организуют фототуры. Интересное наблюдение: ножи у оленеводов с большими рукоятками из рога олена и маленьким лезвием, а топоры заточены только на одну сторону.

В) Промышленная (геологическая) деятельность. Следы бывшей геологической деятельности в южной части района [12, с. 62]: ржавеющие механизмы, разрушенные геологические базы вдоль Харбейского тракта и доживающие последние дни здания в посёлке Полярный (разъезд 106/110-й км на ж.-д. ветке Чум – Лабытнанги). Харбейский тракт ныне не обслуживается, деревянные мосты разрушены, транспорт объезжает их вброд.

Г) Каких-либо значительных экологических нарушений и мусора на туристских стоянках нами обнаружено не было. Только в южной части района, в зоне леса, имеются следы отдельных кострищ. Исключение составляет район озера Большое Хадатаёган-лор: относительная транспортная доступность привлекает сюда многочисленных туристов и рыбаков – их завозят из Воркуты, Полярного, Лаборовой, Харпа. Легендарная метеостанция «Хадата» на восточном берегу озера давно уже не работает, её строения и метеоплощадка разрушены. В единственном уцелевшем деревянном доме имеется только одна комната, в которой можно пересидеть непогоду, и неработающая кирпичная печь. Леса вокруг нет, поэтому на дрова разбирают перегородки этого дома и развалины соседнего (бывшая турбаза). Вокруг метеостанции — обломки брошенной техники.

Д) В северной части Полярного Урала на территории ЯНАО расположены участки природного парка «Полярно-Уральский» — «Горнохадатинский» и «Ханмей-Пайпудынский». На проведение «организованного экологического туризма» необходимо разрешение Департамента природно-ресурсного регулирования, лесных отношений и развития нефтегазового комплекса ЯНАО. Разрешение оформляется бесплатно, но получить его удается далеко не всегда. На предоставленный в установленные сроки пакет документов (с картой, информацией о сроках, «нитке» маршрута и местах стоянок) мы, например, получили ответ лишь по возвращении с маршрута.

Самым неприятным оказалось то, что основные экологические нарушения нами были обнаружены именно в природном парке «По-

лярно-Уральский». Едва зайдя на территорию участка «Горнохадатинский», мы обнаружили и извлекли из озера Малое Щучье старые браконьерские рыболовные сети с протухшой рыбой и запутавшимися в них погибшими чайками. В верховьях рек Малая Щучья и Малая Уса пасутся многочисленные стада оленей. Долина р. Большая Хадата напоминала «проходной двор»: по ней на озеро Большое Хадатаёганлор завозят туристов-водников и рыбаков. Никакого кордона природного парка, отмеченного на схеме, здесь нет.

Менее удручающая картина на участке «Ханмей-Пайпудынский»: следы работы геологов на этой территории видны, в основном, вдоль Харбейского тракта, стоянки оленеводов — в верховьях рек Большая Пайпудына, Лонготъеган и Большая Уса, бытовой мусор от рыбаков — на озерах, но следы от гусениц вездеходов — повсеместно.

Материалы, собранные группой туристов ГУ ДО «Пермский краевой центр «Муравейник» под руководством А.П. Зуева, дополнили базу данных о развитии туристской индустрии на Урале и в настоящее время используются при проведении ученых занятий со студентами.

Библиографический список

1. Алёшков А.Н. О первых ледниках Северного Урала, 1931.
2. Архипова Н.П., Ястребов Е.В. Как были открыты Уральские горы. — Свердловск: Средне-Уральское кн. изд., 1990.
3. Долгушин Л.Д., Кеммерих А.О. Новые ледники на Урале. — Изв. АН СССР, № 6, 1957.
4. Каталог ледников СССР. В 20 т. — Л.: Гидрометеоиздат, 1966.
5. Кеммерих А.О. Ледники Полярного Урала. В горах и на равнинах Полярного Урала. Дождевые паводки на Урале. — «Природа», № 2, 3, 7, 1960.
6. Кеммерих А.О. Полярный Урал. — М.: ФиС, 1966.
7. Кеммерих А.О., Троицкий Л.С. Современное оледенение хребта Оченырд на Полярном Урале // Иссл. ледников СССР в 1957–1959 гг. — Изд. АН СССР, 1961.
8. Матвеев А.К. Вершины Каменного Пояса: Названия гор Урала. — Челябинск, 1990.
9. Перечень классифицированных и эталонных туристских спортивных маршрутов и препятствий. 2-е изд., испр. и доп. — М.: ТССР, 2008.
10. Рундквист Н.А., Задорина О.В. Урал. Иллюстрированная краеведческая энциклопедия. — Екатеринбург: Изд-во «Квист», 2013.
11. Савенко Е.В. Путешествуем по Уралу. — Екатеринбург, 2004.
12. Сто дней на Урале: Книга о спортивной экспедиции «Большой Урал – 91» / Авт.-сост. Н.А. Рундквист. — Екатеринбург: Изд-во «Баско», 1993.
13. Чернов Г.А. По реке Усе. — М.: ФиС, 1972.

Е.А. Колб

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 913. 912.4

ГИС-ТЕХНОЛОГИИ, КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗРАБОТКИ И ПОПУЛЯРИЗАЦИИ МАРШРУТОВ АКТИВНОГО ТУРИЗМА НА СРЕДНЕМ УРАЛЕ

В статье рассматриваются особенности ГИС-технологий при разработке маршрутов активного туризма. Изучаются тактические и географические аспекты организации путешествий на территории Среднего Урала. Выделяются наиболее привлекательные туристские объекты Среднего Урала на территории Пермского края и разрабатываются к ним маршруты путешествий. Определяются целесообразные виды активного туризма на Среднем Урале: пешеходный, лыжный, водный и на средствах передвижения. Предлагаются пути продвижения и развития природоориентированного туризма на Среднем Урале с использованием ГИС-технологий.

Ключевые слова: Средний Урал, ГИС-технологии, активный туризм, туристский маршрут, хребет Ослынка, заповедник «Басеги», Пермский край.

Е.А. Kolb

Perm State University

GIS-TECHNOLOGY AS A TOOL FOR DEVELOPMENT AND POPULARIZATION OF ROUTES OF ACTIVE TOURISM IN THE MIDDLE URALS

The article discusses the features of GIS-technology in the development of routes of active tourism. We study the tactical and geographical aspects of travel organization in the Middle Urals. The most attractive tourist sites of the Middle Urals in the Perm Territory are highlighted and travel routes are developed for them. The most expedient types of active tourism in the Middle Urals are distinguished: pedestrian, ski, water, and means of transportation. The ways of promotion and development of nature-oriented tourism in the Middle Urals using GIS-technologies are proposed.

Keywords: Middle Ural, GIS technology, active tourism, tourist route, Oslyanka ridge, Basegi reserve, Perm region.

Картографический метод всегда был востребован в естественных науках, будь то география, биология или геология. В полной мере это можно отнести и к научно-методическим и прикладным работам в области рекреационной географии и туризма. Карта может являться не только инструментом визуализации полученных данных, но применяться и в качестве средства анализа [1]. По мере развития технологий картография не стоит на месте, развивается ее отрасль — геоинформационное картографи-

рование. При помощи ГИС-технологий можно решить множество пространственных и аналитических задач, построить модели действительности в электронном формате. Анализируя состояние и учитывая пространственный аспект туризма, перспективным является применение современных геоинформационных технологий.

Современные ГИС-технологии имеют большой выбор инструментов геоанализа и пространственного моделирования, которые часто используются при оценке туристско-рекреационного потенциала территории. Во многом упростился процесс выявления взаимосвязей и пространственных особенностей распределения объектов и явлений [10].

Современные технологии позволяют нам использовать высококачественные космические

© Колб Е.А., 2019

Колб Екатерина Анатольевна,
магистрант кафедры туризма географического факультета,
Пермский государственный национальный исследовательский
университет,
kolbkatya@gmail.com

снимки, которые имеют свойство постоянно обновляться, что позволяет видеть реальную картину в той местности, в которую планируется маршрут. Широко применяются GPS-приемники, первичная задача которых — определение местоположения и навигация во время движения по маршруту. Помимо этого, есть возможность довольно точно зафиксировать свой маршрут путешествия или же наоборот построить новый, который в дальнейшем можно опубликовать для таких же путешественников.

Для организации активного путешествия важны не только картографические исследования, но и его всесторонняя тактическая подготовка: определение оптимальной тактической схемы маршрута, выбор препятствий, которые можно преодолеть радиально (налегке), выбор мест дневок и возможных продуктовых забросок и т.д. Поэтому желательно, чтобы район похода предоставлял возможности для соответствующего выбора [5].

Маршруты активного туризма чаще всего осуществляются в районах среднегорья, к которым относится восточная часть территории Пермского края, на которой Уральские горы представляют собой два туристско-географических района: Средний и Северный Урал.

В целом для Урала характерен природоориентированный туризм, так как здесь имеются особые ресурсы и преимущества для такой деятельности. Крепкие традиции спортивного и самодеятельного туризма зародились на Урале в советское время и сохраняются до настоящего времени. Сейчас они преобразуются в современные виды активного туризма [2, 3]. Территория Среднего Урала достаточно доступна в транспортном отношении. Расстояние от г. Перми, где формируется основной туристский поток, составляет менее 200 км, от многих туристских объектов расположенных на Среднем Урале, а до второго по величине города региона — Березников менее 150 км. Территория Среднего Урала более освоена в инфраструктурном отношении и более заселена, чем территория Северного Урала.

На Среднем Урале также более высокая туристская посещаемость. Его территория является одной из самых перспективных на Урале, для развития природоориентированного туризма, в виду того, что здесь множество интересных туристских объектов расположено в более удобной транспортной доступности, чем в других районах Урала. В целом территория Среднего Урала расположена в двух субъектах Российской Федерации: в Пермском крае — западный склон Урала, и в Свердловской области — восточный.

Тем не менее, наиболее аттрактивные объекты на Среднем Урале, являются наиболее труд-

нодоступными, хотя и не настолько, как северноуральская часть Пермского края, где расположен полюс недоступности региона [7, 8].

Эталонные маршруты разных категорий сложности по многим видам спортивного туризма разработаны во второй половине XX века, и длительное время практикуются на Урале. Освоенность территории и ее доступность позволяют проложить разные маршруты к одним и тем же объектам интереса. Также на Среднем Урале, есть множество крупных городов, некоторые из которых имеют население более 1 млн. человек, что может сделать эти природные территории высоко посещаемыми туристами [4].

На Среднем Урале, со стороны Пермского края наиболее привлекательными объектами активного туризма являются следующие: хребты Осянка и Басеги, горы Колпаки, Качканар, Ерания Деревня и Хариусный камень.

Осянка — самая высокая гора Среднего Урала, расположена на северо-востоке Кизеловского района, к северу от административной границы с Горнозаводским районом. Ее высота достигает 1119 метров над уровнем моря. На Осянку можно подняться с северо-запада, от заброшенного посёлка Большая Осянка, от которого остались только руины домов и исправительной колонии. Из Кизела до Большой Осянки 65 км грунтовой дороги низкого качества. С запада можно подняться и от бывшего села Троицк, по пути посетив старинные рудники. Зимой наиболее популярный туристический маршрут ведёт с юго-востока, со стороны посёлка Средняя Усьва, в который можно добраться на легковом автотранспорте. С этого направления ежегодно проводится лыжный марафон «Осянка», в котором принимает участие несколько сотен человек, с разных регионов России.

Басеги — горный хребет на Среднем Урале, в междуречье рек Усьвы и Вильвы, длина которого около 30 км. Высшая точка — гора Средний Басег, высотой 995 м. Хребет состоит из трех вершин (Южный Басег — 851 м, Средний Басег — 995 м и Северный Басег — 951 м). Граница леса по склонам проходит на высоте около 800 метров. Весной снег сходит только во второй половине мая, а осенью снежный покров устанавливается к ноябрю. Средний Басег имеет крутые склоны со скальными гребнями и останцами и плоскую вершину. Доступ на хребет Басеги ограничен, поскольку это территория заповедника. В управлении заповедника в Гремячинске можно оформить пропуск, и совершив восхождения на Северный и Южный Басег, по оборудованным экологическим тропам. На Южный Басег поднимаются из долины реки Вильва, через нежилой поселок Короп-

стелевка, где находится кордон заповедника. На Северный Басег — из долины реки Усьва, куда заезжают через поселки Юбилейный и Безгодово.

Линейный маршрут путешествия, соединяющий эти два хребта, может иметь первую категорию сложности, и быть летом — пешеходным, а зимой — лыжным. Это единственный логичный категорийный маршрут на Среднем Урале.

Только на этих хребтах, на территории Среднего Урала существуют поверхности выравнивания, расположенные выше зоны лесов. На высоте 800 м, здесь начинается выполаживание склона и практически полное выравнивание поверхности, шириной часто более 1 км. Такое уникальное строение рельефа, идеально подходит для организации пешеходных и лыжных путешествий, вдоль их осевой линии, по направлению с севера на юг или в противоположном. Этому способствуют следующие факторы: прекрасные панорамы, открывающиеся с хребта во все стороны, более комфортные условия в отношении насекомых в летнее время. Намного более удобная местность для передвижения: нет густого леса, завалов, болот, в отличие от местности расположенной с запада и востока от хребта, где стоит нетронутая, труднопроходимая уральская тайга, со множеством болот [6, 9].

Гора Колпаки, высотой 614 м, расположена на границе Европы и Азии, на самом востоке Пермского края. Представляет собой круто-склонную возвышенность с многочисленными скальными останцами на вершине и небольшой уютной поляной. Наиболее высокая, отдельно стоящая скала, по форме напоминает колпак, что послужило названию этой горы. Ближайший населенный пункт к вершине — поселок Промысла, где было найдено первое золото на Урале, и который расположен в 6 км к югу от горы. Сюда можно попасть по асфальтированному шоссе, соединяющему Пермский край со Свердловской областью. Прямо на вершину горы Колпаки поднимается лесная дорога, по которой можно проехать только на автомобиле повышенной проходимости.

В 40 км к северо-востоку от горы Колпаки, уже на территории Свердловской области, расположена одна из самых значительных вершин Среднего Урала — гора Качканар, высотой 878 м. Она замыкает тройку лидеров по высоте, среди вершин этого района Урала. Гора эта состоит из двух вершин. Они называются соответственно «Северный рог» и «Полуденный рог». Каждая из них прекрасна по-своему, с каждой открывается великолепный вид (при этом город Качканар виден лишь с южной вершины). На вершине горы множество скальных

останцев причудливой формы. У многих из них свои собственные названия. Самый известный останец — скала Верблюд.

В 1995 году на вершине горы Качканар был создан буддийский монастырь «Шад Тчуп Линг» (в переводе с тибетского — место практики и реализации). Монастырь уже давно превратился в главную достопримечательность Качканара. Побывать в единственном на Урале буддийском монастыре приезжает немало туристов, насељники монастыря никому не отказывают. В монастыре построены две ступы, считающиеся святынями. Попасть на гору Качканар можно от одноименного города, расположенного от горы в 10 км к юго-востоку.

От горы Колпаки до горы Качканар можно совершить линейный пешеходный или лыжный маршрут протяженностью более 50 км, за 2–3 дня, который начнется в поселке Промысла, а закончится в Качканаре.

Еранина Деревня — гора, высотой 641 м, на правом берегу реки Усьва с живописными скальными обнажениями на южном склоне. Расположена к северу от хребта Басеги и является его логическим продолжением. Гора, относительно труднодоступная из-за зарослей кустарника и леса, а также множества ручьев, особенно сильно разливающихся после дождей, превращая подступы к горе в болото. Живописные кварцитовые останцы одни из самых интересных на Урале, и сравнимы с популярными у туристов скалами останцами на горах Каменный город, Помяненный камень и Колпаки.

Наиболее простой вариант посещения этой горы — во время сплава по р. Усьва. На берегу, у подножия горы, находится отличная поляна для стоянки. Самые красивые виды горы открываются в 1,5–2 километрах ниже этой поляны. От поляны до скальной гряды примерно 800 метров по узкой, петляющей среди деревьев тропинке.

Также на Еранину Деревню можно попасть со стороны посёлка Средняя Усьва, проехав 35 км вначале на северо-запад, а потом на юго-запад, по грунтовой дороге на проходном автомобиле.

Попасть к этой труднодоступной вершине можно и с юго-запада, со стороны города Гремячинск и поселка Безгодово, от которого нужно проехать 40 км по грунтовой дороге плохого качества по границе заповедника Басеги.

Хариусный Камень — высотой 860 м, — четвертая по высоте вершина Среднего Урала. Расположена к востоку от хребта Басеги, между поселком Средняя Усьва и нежилым поселком Рассоха. С давних времен Хариусный Камень славился своими субальпийскими лугами. Заготовка сена на этих лугах производится уже с первой половины XIX века. Сама вершина

Основные маршруты Среднего Урала

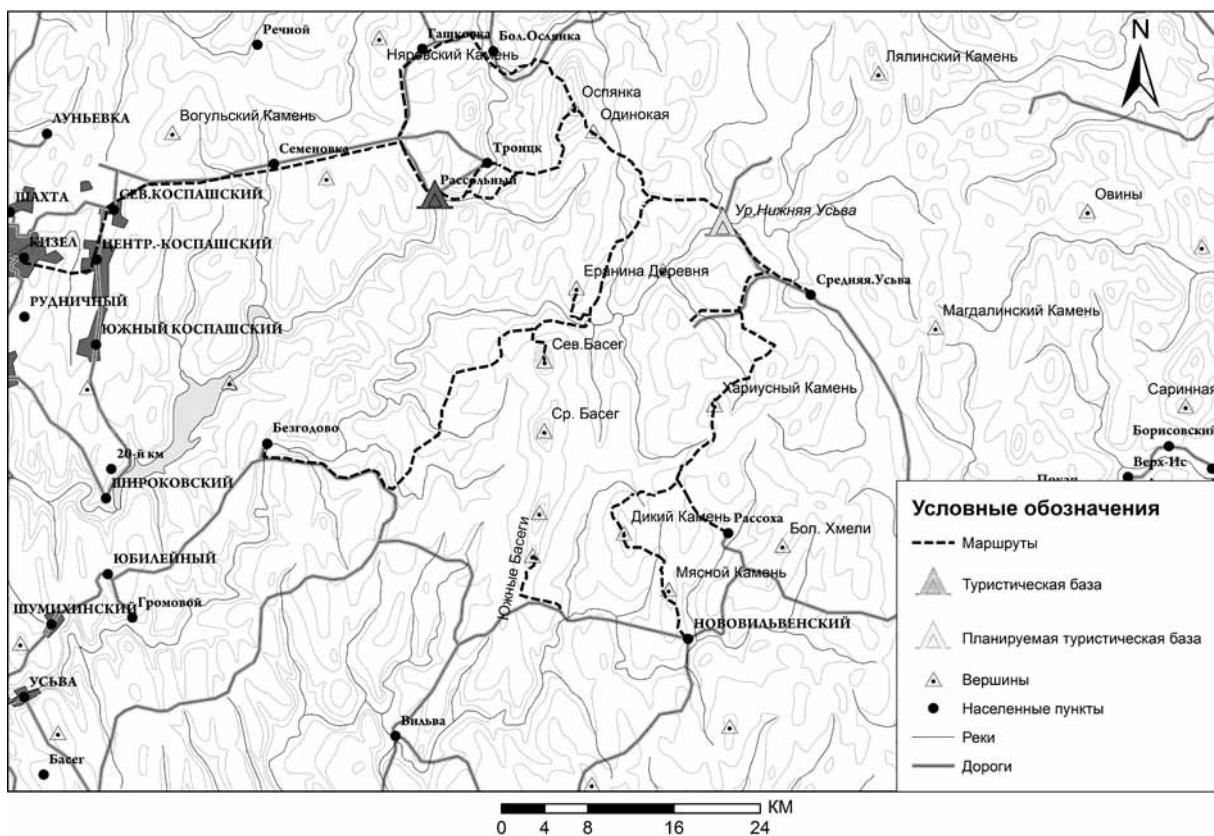


Рис. 1. Основные маршруты Среднего Урала

частично покрыта елово-пихтовым лесом, со склонов которой открываются виды на хребты Басеги и Осянка. Попасть на гору можно по лесной дороге плохого качества, как от поселка Средняя Усьва, так и от поселка Рассоха. Дорога проходит восточнее вершины на 1 км.

В заключении можно сделать вывод, что в целом для Среднего Урала характерны логичные активные маршруты продолжительностью только 2–3 дня, за одним исключением — маршрута с посещением хребтов Басеги и Осянка, который по продолжительности будет не менее 6 дней. Наиболее перспективными видами туризма будут пешеходный, лыжный, водный, велосипедный, и на средствах передвижения. В летнее время — на автомобилях повышенной проходимости и квадроциклах, в зимнее — на снегоходах.

Для увеличения туристского потока к вышеперечисленным объектам, необходимо использовать картографические методы разработки маршрутов. При этом можно создавать интерактивные карты, с нанесенными маршрутами, наличием треков движения и координат ключевых участков маршрута. На таких картах должны быть указаны пункты входа и выхода в район путешествия, протяженность маршрута, примерная продолжительность движения, особенности препятствий, характерные ориентиры и фотографии объектов, указанные в конкрет-

ных местах. Также с обзорных точек можно выкладывать на такие карты панорамные виды, на которых будут обозначены видимые объекты. Желательно указывать о возможности попадания к точкам входа и выхода на маршрут общественным транспортом, с указанием расписания и стоимости проезда. Подобные интерактивные карты должны быть в свободном доступе на сайтах администрации муниципальных районов, в разделе о туризме, и на сайте краевого агентства по туризму. Такие пути решения проблем, безусловно, будут способствовать развитию региона в туристской сфере, так как выездной туристский поток из Пермского края, развивается наравне с внутренним туризмом [11].

В наиболее популярных местах пересечения маршрутов, направленных к нескольким объектам, например, между хребтами Осянка, Басеги, и вершинами Еранина Деревня и Хариусный Камень, можно создавать туристские базы, до которых можно добраться на личном автотранспорте, и откуда можно было бы туристам совершать однодневные выезды на квадроциклах, велосипедах и снегоходах. Расположение и особенности функционирования этих туристских баз, тоже необходимо выкладывать на туристских интерактивных картах.

Наиболее предпочтительное место для одной из таких туристских баз может в урочище Нижняя Усьва, куда ведет грунтовая доро-

га, протяженностью 12 км от поселка Средняя Усьва, и которая обычно чистится в зимнее время. Базу удобнее расположить на берегу реки Усьва, где можно заниматься как летней, так и зимней рыбалкой, и откуда удобно посещать вышеупомянутые объекты. На гору Северный Басег, можно подниматься по экологической тропе, предварительно получив разрешение в кабинете заповедника Басеги. Также, кроме указанных объектов, на снегоходах или квадроциклах можно посещать не менее интересные вершины, на которых имеются скалы останцы и обрывистые курумниковые склоны, с которых открываются впечатляющие виды на хребет Басеги. Это горы Дикий Камень, 715 м, и Мясной Камень, 652 м (рис. 1).

При разработке маршрутов очень помогает использование ГИС-технологий. С их помощью можно вычислить наиболее удобный и логичный маршрут, если отсутствуют дороги или тропы к объекту интереса. При этом будет учитываться протяженность, перепад высот, пересеченность рельефа местности, крутизна склонов, наличие водных преград и болот. Также эти методы позволяют учитывать наличие растительного покрова разных видов, источников воды, просек, дорог и троп. Особенno удобно использовать наложение всех выше указанных объектов на картах разного назначения и происхождения, с наложением на них космоснимков, которые регулярно обновляются, и с помощью которых можно получить самую свежую информацию о каких-либо изменениях в районе путешествия. На такие карты можно накладывать треки маршрутов прохождения предыдущих групп, с указанием удобных мест для ночевок, переправ через водные преграды, источников питьевой воды, болот, перевалов, вершин, водопадов, обзорных точек и других объектов интереса. Разработка таких интерактивных карт, несомненно, будет способствовать популяризации активного туризма на территории Среднего Урала, и усилию туристских процессов в Пермском крае.

Библиографический список

1. Баранов Б.Ю., Берляйт А.М., Капралов Е.Г. и др. Геоинформатика. Толковый словарь основных терминов // М.: ГИС-Ассоциация, 1999, 204 с.
2. Зырянов А.И., Зырянова И.С., Королев А.Ю., Мышилъяцева С.Э., Щепеткова И.О. Рекреационное поле Пермской агломерации / Географический вестник. 2017. № 1 (40). С. 116–123.
3. Зырянов А.И., Королев А.Ю., Мышилъяцева С.Э., Сафарян А.А. Организация территорий активного туризма на Урале / Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т. 11. № 3. С. 130–140.
4. Королев А.Ю. Географические и тактические аспекты спортивного туризма / Географический вестник, Пермь, 2008, № 2. С. 269–276.
5. Королев А.Ю., Мулюкина Н.В. Профилактика несчастных случаев в активном туризме на территории Пермского края / География и туризм. Сборник научных трудов. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет». Пермь, 2012. С. 49–56.
6. Королев А.Ю. Обоснование создания национального парка «Хребет Кваркуш» на территории Красновишерского района Пермского края / Географический вестник. 2012. № 1. С. 99–104.
7. Королев А.Ю. Полюсы недоступности микроуровня, как фактор зимней однодневной рекреации городского населения / Географический вестник. 2018. № 3 (46). С. 92–97.
8. Королев А.Ю. Полюсы недоступности Пермского края / Региональные исследования. 2014. № 1. С. 130–132.
9. Королев А.Ю. Согласованность геоморфологического строения Северного Урала с организацией туристских маршрутов / Географический вестник. 2016. № 3 (38). С. 145–150.
10. Кошарев А.В., Тикунов В.С. Геоинформатика // М.: Картгеоцентр — Геодезиздат. 1993. — 141 с.
11. Лимпинская А.А. Распределение зарубежных туристских потоков из Уральского региона / Вестник Удмуртского университета. Серия Биология. Науки о Земле. 2014. № 1. С. 144–149.

ОРГАНИЗАЦИЯ И ОБСЛУЖИВАНИЕ МАРШРУТОВ МАССОВЫХ ВИДОВ АКТИВНОГО ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМАТИКА И РЕКОМЕНДАЦИИ

Односительно короткие путешествия в природной или слабо изменённой среде являются одним из самых эффективных видов рекреации городского населения. В связи с этим количество людей, практикующих такой способ отдыха, как активный (природоориентированный) туризм, неуклонно увеличивается. Тенденция к нарастанию массовости активного туризма в сочетании с закономерной эволюцией потребностей туристов породила проблемы, связанные с организацией, обеспечением и сервисным сопровождением в области активного туризма. Автором освещены наиболее существенные проблемы организации и обеспечения туристских путешествий в современном активном туризме и сформулирован ряд рекомендаций, адресованных их организаторам и участникам, а также лицам и организациям, отвечающим за развитие туризма в территориях и на объектах.

Ключевые слова: активный туризм, туристское путешествие, природоориентированный туризм, локальные чрезвычайные ситуации, профилактика, кадровое обеспечение, участники, организаторы.

S.B. Michurin
Perm State University

ORGANIZATION AND MAINTENANCE OF THE MOST POPULAR TYPES OF ACTIVE TOURISM ROUTES: ISSUES AND RECOMMENDATIONS

Relatively short journeys in nature or a few modified environment are one of the most effective types of recreation among the population of urban. In this regard, was witnessing a marked increase in the number of people practicing such a way of recreation as active (nature-oriented). The tendency to increase the mass of active tourism in combination with the regular evolution of the needs of tourists has given rise to problems associated with the organization, provision and maintenance of services in the field of active tourism. The author highlights the most significant problems of organizing and ensuring tourist travel in modern active tourism and formulates a number of recommendations addressed to their organizers and participants, as well as to individuals and organizations responsible for the development of tourism in the territories and on sites.

Keywords: active tourism, tourist travel, nature-oriented tourism, local emergencies, prevention, staffing, participants, organizers.

В настоящее время количество людей, избирающих такой способ отдыха, как активный (природоориентированный) туризм, неуклонно увеличивается. Это обусловлено ростом городского населения, закономерно нуждаю-

щегося в физическом оздоровлении и психологической реабилитации, а также с культивируемой в современном обществе популярностью здорового образа жизни. Относительно короткие путешествия в природной или слабо изменённой среде являются одним из самых эффективных видов рекреации городского населения.

Активный туризм, как известно, отличается от других проявлений туризма тем, что не предполагает обязательного и систематиче-

ского использования стационарных объектов инфраструктуры — объектов проживания, питания, развлечений и иного прямого обслуживания, подразумевает прохождение определенного маршрута с возможным использованием механических средств передвижения, подразумевает самостоятельное обеспечение туристом (туристской группой) своей жизнедеятельности [1].

Практика показывает, что в России наиболее массовыми видами активного туризма являются водный, пеший, горный и спелеотуризм (указаны по убыванию популярности). Естественно, в аспекте массовости, речь идёт о некатегорийных и низкокатегорийных маршрутах и объектах.

Под организованным туризмом принято понимать предоставление услуг, связанных с организацией и обеспечением туристского путешествия, как на возмездной, так и на безвозмездной основе.

На протяжении последних 10-12 лет происходит спонтанное нарастание массовости активного туризма, в основном за счёт традиционно наиболее популярных его видов. По мнению опрошенных автором экспертов, четыре названных вида изменили своё взаимное расположение в рейтинге популярности (горный туризм опустился со второго на третье место, пеший — с первого на второе, водный поднялся с третьего на первое), но остались лидирующими по сравнению с другими видами активного туризма.

Тенденция к нарастанию массовости активного туризма закономерно породила следующие проблемы.

Массовый активный туризм, медленно, но верно перестаёт быть самодеятельным. Имеет место смещение популярности в сторону организованного — коммерческого или скрыто-коммерческого. При этом большинство коммерческих предложений не имеет достаточного кадрового и информационного обеспечения именно на «полевых» стадиях туристского продукта. Так рекогносцировка маршрутов чаще всего происходит один раз, после первичного проектирования, либо её необходимость игнорируется. В результате туристы и сопровождающие их лица вынуждены зачастую при прохождении пользоваться устаревшими данными о маршрутах и объектах, либо субъективными впечатлениями, массово и бесконтрольно (а в ряде случаев и целенаправленно) выкладываемыми в сети Интернет.

При пространственной реализации продукта в коммерческом активном туризме профессиональное кадровое обеспечение прохождений является скорее исключением, чем правилом. Так в Пермском крае, по подсчётом автора, под-

тверждённым мнением опрошенных им экспертов, ежегодно реализуются более 1800 организованных туристских путешествий (более 1500 в летний сезон, более 300 — в зимний), примерно 2/3 из них — коммерческие и 1/3 — скрыто-коммерческие. Единственная в крае организация, обучающая и аттестующая специалистов, профиль которых позволяет сопровождение групп на маршрутах активного туризма — туристско-спортивная МКК при ГОУ ДО «Пермский краевой центр «Муравейник». Ею за период 1999–2019 гг. выпущено 277 организаторов и 531 инструктора детско-юношеского туризма [2], причём более 90 % из них не работают в коммерческом и скрыто-коммерческом туризме систематически.

Ситуация усугубляется тем, что подготовка и аттестация лиц, сопровождающих туристские группы на маршрутах в настоящее время не является обязательной для организаций, оказывающих услуги в области активного туризма. Проведение «туристских ликбезов» для настоящих и будущих сопровождающих туристских групп проблема не решает, поскольку выполняется обычно так же лицами без систематического образования в области туристского сервиса. Кроме того, начальный курс подготовки имеет объём всего 6–16 часов и рассчитан на максимальный количественный охват слушателей, имеющих минимальный собственный туристский опыт с расчетом привлечения к работе 10–15 % из них. Около 3/4 от этого количества работают один (!) сезон. Для оставшейся 1/4 никаких мероприятий повышения квалификации, как правило, не предусматривается. Вследствие этого квалификация сопровождающих имеет следующие очевидные недостатки:

- отсутствие элементарной психологической подготовки, неизбежно приводит к бесконтрольной динамике психологического климата туристской группы в условиях изоляции от внешнего мира, неизбежны конфликты как между туристами, так и между туристами и сопровождающими.

- Недостаточное владение техникой наиболее популярных в районе маршрута видов активного туризма, порождает массовое неправильное использование снаряжения, игнорирование элементарных требований безопасности, безграмотное прохождение простейших технических препятствий. Характерно, что это происходит регулярно и в половине случаев инициируется сопровождающими, а в остальных — при их прямом попустительстве.

- Весьма поверхностное знакомство с основами тактики наиболее популярных видов активного туризма, приводящее к движению практически каждой группы «в режиме перво прохождения», что отрицательно сказывается, в числе прочего, и на психологическом состоянии

туристов, поскольку исключает возможность нормального планирования и распределения нагрузок по времени. Кроме того, работающий в таком режиме сопровождающий не в состоянии ответить на простейшие вопросы туристов относительно ближайшего будущего (сколько прошли, сколько осталось, когда отдых и т.п.).

Практически полное невежество большинства сопровождающих в вопросах оказания помощи в локальных чрезвычайных ситуациях, вне зависимости от их характера, сложности, индивидуальности или массовости и т.п. Примером может служить проблема оказания помощи пострадавшему. Оказание первой помощи правомерно и технически доступно для каждого, в то время, как первая медицинская помощь [3], как и любая другая медицинская, требует официально подтверждённой квалификации: она может выполняться обученным и аттестованным медицинским работником на его рабочем месте в рабочее время, доступный и правомерный объём такой помощи зависит от квалификации медицинского работника. При этом, судя по общению со студентами профильных туристских специальностей, слушателями различных самодеятельных «инструкторских курсов», а также с действующими де факто инструкторами на туристских маршрутах Пермского края, подавляющее большинство потенциальных и реальных сопровождающих туристских групп разница между первой помощью и первой медицинской помощью не видит. Как следствие, при травме или остром заболевании участника, сопровождающий весьма часто производит манипуляции, которым не обучался, на выполнение которых не аттестован, которые для него неправомерны. В результате этих действий совершаются закономерные ошибки, что в большинстве случаев приводит к осложнениям.

Скрыто-коммерческий активный туризм представляет собой продвигаемые в основном через социальные сети предложения о прохождении различных маршрутов в составе сборных групп. Предложения зачастую исходят от интернет-сообществ, создаваемых организациями с неясной структурой, юридическим статусом, обтекаемо-произвольными названиями туристской тематики, о которых известно только то, что они сами о себе говорят. Модерируются эти сообщества практически анонимными пользователями социальных сетей. Документального обеспечения оказываемых ими услуг даже не подразумевается. Таким образом, складывается ситуация, характерная больше для спонтанного туризма, нежели для организованного: при любых отклонениях реального прохождения от ожидаемого пользователем никто ни за что не отвечает. Это при том, что фактически услуга (комплекс услуг) оказывается.

Для скрыто-коммерческого активного туризма проблема кадрового и информационного обеспечения продукта стоит ещё более остро, поскольку там систематической целенаправленной подготовки и переподготовки кадров нет в принципе, даже самодеятельной.

Автору данное направление деятельности вообще представляется преходящим явлением в эволюции сервиса в активном туризме, что не умаляет актуальности связанных с ним реальных и потенциальных проблем.

Рентабельность коммерческих и скрыто-коммерческих туристских мероприятий требует от их организаторов, в частности, максимально возможного увеличения количества участников в каждой туристской группе при минимальном количестве сопровождающих. Например, при прохождении водного маршрута (от некатегорийных до 2 категории сложности включительно) численность группы обычно определяется не эффективностью соотношения туристов и сопровождающих или иными адекватными критериями формирования группы, а заполняемостью транспортного средства при заброске группы на маршрут и использованием максимально вместительных транспортных средств (с неизбежной поправкой на их необходимость). В результате, на реках оказываются группы с численностью до 50 и более человек, что в сочетании с квалификацией сопровождающих и их количеством делает такие группы практически неуправляемыми и потенциально опасными как для самих себя, так и для окружающих.

Профилактика локальных чрезвычайных ситуаций и их возможных последствий в современном массовом активном туризме минимальна. Вот лишь наиболее типичные проявления, приводимые на примере водного туризма:

- около 80% туристских групп не имеют регистрации в поисково-спасательных службах, подавляющее большинство сопровождающих не знает, как это делается.
- «Инструктаж» по технике безопасности, технике и тактике движения в момент выхода группы на полевую часть коммерческого некатегорийного водного маршрута занимает в среднем 4 минуты и одинаков для всех участников.
- Учёт соответствия количества участников, уходящих в радиальный выход (некатегорийные маршруты, некатегорийные препятствия в радиальном выходе) количеству вернувшихся в большинстве случаев проводится «на глаз».
- На некатегорийных водных маршрутах при средней численности группы 30 человек на пяти судах понятие о технике использования групповых спасательных средств (при их наличии на каждом судне) имеет один (!) человек — инструктор.

- Связь туристской группы с внешним миром при прохождении маршрута затруднена, а чаще — полностью отсутствует, что обычно никак не учитывается в организации и тактическом построении маршрута.

Данный список без труда можно продолжить для массового водного туризма и расширить за счёт проявлений, характерных для остальных массовых видов активного туризма.

Проведённый анализ сложившейся ситуации позволил автору сформулировать ряд рекомендаций, адресованных организаторам и участникам туристских путешествий.

Рекомендации лицам и организациям, отвечающим за развитие туризма в территориях и на объектах:

- выявить наиболее популярные виды активного туризма для своих территориальных зон ответственности;
- применительно к выявленным наиболее популярным видам сформулировать чёткие требования к разработчикам туристских маршрутов, лицам и организациям, организующим и обеспечивающим туристские путешествия. Ввести обязательную сертификацию этих лиц и организаций.

Рекомендации организаторам туристских путешествий:

- выполняя обоснование, организацию, сопровождение туристского продукта различать понятия полоса маршрута, нитка маршрута, туристское путешествие (прохождение).

Нитка маршрута — траектория прохождения полосы маршрута, выбранная из множества возможных и максимально отвечающая потребностям данного туриста (туристской группы); обычно, основные её характеристики — временная и пространственная протяжённость, количество и характер тактически значимых точек.

Полоса маршрута представляет собой участок пространства между точками страта и финиша, содержащий привлекательные для посещения туристами объекты, объекты, прохождение которых целесообразно или неизбежно, а также возможные инварианты нитки маршрута.

Туристское путешествие (прохождение) — движение туриста (туристской группы) внутри полосы маршрута по избранной нитке маршрута, в коммерческом туризме — пространственная реализация продукта.

- Первичная рекогносцировка туристских маршрутов и объектов должна проводиться в режиме спортивного первопрохождения силами проектировщиков в сопровождении лиц, имеющих туристский опыт, заведомо превышающий предполагаемую сложность данного маршрута, без участия коммерческих туристов. Цель рекогносцировки — выявление соответствия (или несоответствия) действительной технической

сложности маршрута сложности, заложенной при проектировании, проверка удобства и целесообразности стыковки отдельных технических, технологических и содержательных элементов прохождения. Результаты рекогносцировки должны находить отражение в корректировках, вносимых в обоснование маршрута.

- Периодическая рекогносцировка туристских маршрутов и объектов должна проводиться в начале сезона базового на данном маршруте вида туризма (при комбинировании видов активного туризма), либо, при необходимости, после наступления значительных внутрисезонных изменений. Выполняется она так же силами лиц, имеющих туристский опыт, заведомо превышающий сложность данного маршрута, желательно — без участия коммерческих туристов (в ряде случаев возможно их участие в рекогносцировочном прохождении в качестве «тестовой группы», но их количество не должно превышать 20% состава группы).

Используя данные первичной и периодических рекогносцировок в одной и той же полосе маршрута, возможна организация не только прохождений разной технической сложности, но и формирование качественно различного туристского продукта, адресуемого потенциальным пользователям с различной ведущей мотивацией.

- Кадровое обеспечение туристского продукта. Организатор туристских путешествий должен планировать и нести затраты на подготовку, повышение квалификации, сертификацию лиц, сопровождающих туристов в путешествии. Затраты на сопровождение туристов на маршруте не должны восприниматься как статья бюджета, позволяющая широкую возможность экономии. Вообще, **кадровое обеспечение в активном туризме по себестоимости должно быть сравнимо с транспортным**. Тактическая и техническая подготовка сопровождающих должна превышать сложность обслуживаемых ими путешествий. По возможности желательно сделать работу сопровождающего постоянной (с учётом сезонности конкретных видов туризма).

- Тактическое построение путешествия, не обеспеченного спутниковой связью и возможностью медицинской помощи внутри группы, должно диктоваться возможностью достаточно быстро выйти из зоны автономии. Так точки аварийной выброски при прохождении водного маршрута по р. Вишера должны располагаться в пределах четырёхчасовой зоны досягаемости для самого быстрого судна в группе.

- Большинство туристов на массово известных маршрутах и объектах не имеет специфического опыта и не знает принципов безопасного прохождения (посещения). Поэтому организованные группы должны сопровождаться ин-

структураторами, **не менее двух** на группу. Самодеятельным группам, в составе которых отсутствуют участники с достаточным туристским опытом, рекомендуется воздерживаться от прохождения (посещения) объектов повышенной опасности — порогов, пещер, скал и других высотных объектов.

- При формировании туристской группы избегать выраженной неоднородности её состава. Не рекомендуется объединять в составе участников из различных возрастных групп. Количество мужчин и женщин должно быть примерно равным.

- Ведущая мотивация (потребность), удовлетворяемая данным туристским путешествием, должна формулироваться заранее, учитываться при тактическом построении маршрута и быть доведена до каждого участника до выхода на маршрут. Комбинирование более двух мотиваций в одном маршруте, как правило, нецелесообразно.

- Руководство группой на маршруте, вне зависимости от характера и степени её организованности, мотивации, избранной тактики, должно осуществляться в соответствии с принципом **единоначалия**. При необходимости деления группы на взаимодействующие части (связки, экипажи судов, штурмовая и обеспечивающая части и т.п.) принцип единоначалия соблюдается как внутри части группы, так и в группе в целом. Так, например, тактику прохождения препятствия определяет руководитель группы, порядок выполнения технических приёмов прохождения — руководитель части группы (например, капитан судна) в соответствии с решением руководителя.

- При **отсутствии** в составе группы **врача** (лица обученного, аттестованного и выходящего на маршрут именно в этом функциональном качестве), группа **не может** комплектоваться и **алтейкой**. При этом **наличие укладки первой помощи** для любой туристской группы **является обязательным**.

- Все туристские группы и отдельные туристы, отправляющиеся в путешествия, связанные с активным туризмом, должны быть зарегистрированы в территориальной службе спасения — то есть необходимо сообщить представителю Службы (оперативному дежурному) информацию о сроках путешествия, его ключевых точках, способах передвижения, численности группы, личности руководителя. **Наличие** или отсутствие **регистрации** никак не влияет на качество помощи или на механизм принятия решения о её оказании, но регистрация (получение первичной информации о группе и маршруте) **существенно уменьшает время** до начала **оказания помощи** в случае её необходимости. **Регистрация туристских групп никоим образом не**

усложняет процесс организации туристского путешествия, поскольку на всей территории России эта услуга **является бесплатной и оказывается круглогодично**, кроме того, существует режим предварительной регистрации онлайн. Регистрировать группу заранее не обязательно, можно сделать это непосредственно перед выездом или даже по дороге на точку старта. Не принять регистрацию группы по обращению туриста до начала маршрута оперативный дежурный не может. **Регистрация туристских групп** на всей территории России **является добровольной**, то есть **«не выпустить»** группу на маршрут **организация**, в которой выполняется регистрация, **не может**, как и не принять регистрацию по обращению до начала маршрута. В то же время, **рекомендации**, получаемые туристами при регистрации, учитывают особенности данного вида туризма, его общепринятые тактические приемы, специфику района проведения маршрута в конкретный сезон, могут содержать и **совет** воздержаться от прохождения данного маршрута в данный временной промежуток. В любом случае, принятие решения о прохождении — прерогатива руководителя группы. **По окончании маршрута руководитель** группы или уполномоченный им участник **обязан снять группу с регистрации**, то есть сообщить представителю Службы (оперативному дежурному) об окончании путешествия.

- Каждой группе настоятельно рекомендуется иметь в своём распоряжении электронный навигатор и спутниковый телефон с основным и дублирующим комплектами элементов питания.

- При невозможности обеспечения группы спутниковым телефоном, маршрут следует строить так, чтобы стационарные средства телефонной связи или зоны постоянного покрытия сотовой телефонной связи были доступны группе не реже одного раза в сутки, при сохранении нормального темпа движения.

- Организаторы путешествия и руководитель группы обязаны обеспечить условия для вывоза туристской группой как минимум своего мусора с каждой остановки и стоянки.

- Если техника или тактика данного вида активного туризма при данном прохождении маршрута (его части) предусматривает использование индивидуальных средств защиты (ударно-механическая или гидротермическая защита, высотное снаряжение, спасательные жилеты и т.п.), организатор обязан предоставить эти средства в необходимом количестве, либо сделать наличие этих средств у каждого туриста критерием участия в данном путешествии.

Рекомендации участникам туристских путешествий

- Решение руководителя всегда обязательно для любого участника. В любой экстренной

ситуации лучше сообща выполнить не самое взвешенное решение, чем действовать спонтанно. Аргументом в пользу разумной дисциплины и единоначалия является, так же факт разноправленности индивидуальных решений и действий практически в любой нестандартной ситуации. Целесообразность таких действий при самом благоприятном развитии ситуации, как правило, равна нулю.

■ На маршрут должны выходить только клинически здоровые участники.

■ При отсутствии в составе группы врача, группа не может комплектоваться и аптечкой. Наличие и применение (для себя, либо сопровождаемого малолетнего или ограниченно способного лица) любых лекарственных средств является прерогативой только и исключительно самого участника.

■ Осуществление движения (реализация ходовой составляющей путешествия), независимо от вида туризма и способа передвижения **в состоянии** алкогольного или иного **опьянения недопустимо**.

■ Выполнение требований к личному снаряжению участника, сформулированное организатором маршрута или руководителем группы до выхода на маршрут, является для участника обязательным.

■ Безопасность группы складывается из личной безопасности каждого участника. Поэтому требования безопасности всегда имеют приоритет по сравнению с личными интересами и устремлениями каждого участника группы.

Специализированные по видам активного туризма рекомендации сформулированы автором на примере водного туризма и спелеотуризма.

Рекомендации организаторам и участникам водных маршрутов:

■ спасательный жилет (его наличие и использование) обязателен на любом водном маршруте для каждого участника, вне зависимости от сложности маршрута, наличия или отсутствия препятствий на данном участке реки, туристского опыта участников, их умения плавать, характеристик используемых судов, уровня воды, средних и локальных глубин, погоды и т.п.

■ Спасательный жилет подбирается под конкретного участника, либо должен иметь свободную регулировку по высоте, ширине и длине ножных ремней (их наличие настоятельно рекомендуется). Плавучесть спасательного жилета рассчитывается на участника в одежде и обуви.

■ На теле, одежде или спасательном жилете каждого взрослого участника должен быть закреплён безопасный нож-стропорез, каждый участник должен быть обучен его использованию.

■ При подборе индивидуальных средств защиты необходимо исходить из характера факторов, которые предполагается купировать.

■ От брызг хорошо защищают дождевики и специализированные костюмы-«обливайки», надеваемые на обычную или утеплённую одежду. В обоих случаях рекомендуется использование раздельных комплектов брызгозащиты (куртка и штаны) в сочетании с короткой (не выше колена) резиновой или неопреновой обувью. Использование на сплаве непромокаемой обуви с высоким голенищем, костюмов химической защиты или их элементов, скрепление обуви или перчаток с одеждой или другими элементами брызгозащиты, куртки со штанами **смертельно опасно**!

■ От холода в сочетании намоканием (интенсивные брызги, периодическое захлестывание) эффективно защищает гидрокостюм. Конструкцию и класс гидрокостюма необходимо подбирать исходя из индивидуальных предпочтений и характера сплава, под контролем опытного туриста-водника.

■ Форма защиты от механических воздействий определяется спецификой каждого данного маршрута (его участка) и типом используемых для сплава судов. Так для экипажей монокуорпусных судов продольного маневрирования (байдарки, каяки, каноэ) использование касок настоятельно рекомендуется на любом маршруте. Применение дополнительной защиты для тела (амортизирующие куртки, штаны, перчатки) может быть целесообразно на реках с сильно заросшими или отвесными скальными берегами, россыпями камней в русле, на маршрутах третьей и выше категорий сложности, а также – на весенних сплавах.

■ Курение и использование открытого огня при движении по воде недопустимо.

■ Посадка каждого участника должна исключать неустойчивое положение относительно судна. Недопустимы, так же, привязывание участника к судну или грузу, посадка участника с ногами в воде.

■ При использовании на маршруте моторных лодок или судов, приспособленных к использованию подвесного мотора, к управлению таким судном могут допускаться только лица, обученные управлению маломерными судами с мотором и аттестованные в установленном законом порядке.

■ **Каждое** туристское **судно** должно быть **оборудовано** как минимум одним **спасательным концом** (брасательным концом Александрова). Причальный конец спасательным не является! **Все участники должны быть обучены** основным приёмам использования **спасательного конца**, с воды и с берега.

■ Наиболее комфортный, безопасный и разнообразный сплав, как правило, обеспечивается сочетанием в составе группы судов разных типов — сочетание катамаранов и байдарок, моторного и безмоторных судов, каяков и рахта и т.п.

- Общая скорость движения группы всегда диктуется скоростью самого медленного судна или, в группе с одинаковыми судами — самого медленного экипажа.

- Прохождение маршрута одним судном — вся группа на одном судне — допустимо только на некатегорийных реках с медленным течением (до 5 км/ч), широким руслом (не менее 50 м), ясно различимым фарватером без необходимости резких манёвров и отсутствием оживлённого регулярного движения моторных судов — только при одновременном выполнении всех названных условий.

Рекомендации организаторам и участникам маршрутов с посещением пещер:

- посещение пещеры возможно только в случае наличия в группе участника, хорошо знающего данную пещеру, либо свободно ориентирующегося под землёй с помощью описания и схемы.

- Обязательные индивидуальные средства защиты при посещении пещеры — каска, комбинезон, перчатки, резиновые сапоги (не выше колена). Использование в пещере одежды, разделённой на «верх» и «низ», нецелесообразно.

- Источник света должен иметь каждый участник. Каждый электрический источник света должен быть обеспечен как основным, так и запасным комплектами питания.

- При планируемой длительности посещения пещеры более 1 часа группа должна иметь как минимум один дополнительный (резервный) источник света — безотносительно источника света на каждом участнике — с основным и запасным комплектами питания.

- При использовании высотного снаряжения (за исключением «спортивного» спуска с перепадом высоты до 5 м, касаясь стены или до 3 м «в пустоту») полным комплектом индивидуального снаряжения должен быть обеспечен каждый участник. И каждый участник обязан уметь и быть в состоянии самостоятельно эксплуатировать индивидуальное и групповое высотное снаряжение.

- Использование чужих искусственных опор **смертельно опасно!** Допустимо только использование чужих шлямбурных крючьев — не менее 2 штук одновременно на верхней станции и после раздельного испытания каждого из них с помощью динамического рывка цепью минимум из 10 карабинов.

- После прохождения пещеры оставлять внутри, так же, как и на маршруте по поверхности, линейные (навешанные верёвки, канаты, лестницы) и временные точечные (скользящие или ледовые крючья, закладки) опоры — недопустимо.

- Использование не дублированных собственным штатным высотным снаряжением стационарных опор, выполненных из подручных материалов (деревянных перекладин и перил, линейных опор из провода или цепи), **смертельно опасно!**

- При посещении пещер с выраженным оледенением допустимо и рекомендуется использование кошек.

- Весь свой мусор и, по возможности, чужой (включая оставленные другими группами опоры) должен быть вынесен группой из пещеры и утилизироваться на поверхности.

- Во избежание потери участника, а также растягивания и разрыва группы под землёй:

- определяются направляющий и замыкающий;

- группа пересчитывается независимо направляющим и замыкающим, на входе и выходе из пещеры, при длительности посещения более 1 часа — не менее 1 раза внутри;

- максимальный интервал между участниками определяется расстоянием, с которого каждый участник, кроме замыкающего, оглядываясь, хорошо видит идущего сзади и способен переговариваться с ним, не повышая голоса;

- минимальный интервал между участниками диктуется соображениями профилактики нанесения друг другу механических повреждений при прохождении каждого конкретного участка пещеры или локального препятствия.

- При посещении любой пещеры и после него необходимо принимать доступные меры профилактики переохлаждений.

Сформулированные автором рекомендации применимы практически для любой территории. Значительная часть из них может быть полезна для руководителей, организаторов и участников самодеятельных туристских путешествий. Следование данным рекомендациям усложняет процесс организации туристского путешествия весьма незначительно, но при этом является весьма действенным способом профилактики локальных чрезвычайных ситуаций, существенного повышения комфорта и безопасности туристских путешествий.

Библиографический список

1. Мичурин С., Вольхин И., Зырянов А. Безопасность в туризме. Lap Lambert Academic Publishing, 2013. 180 с.

2. Сводный отчёт о работе маршрутно-квалификационных комиссий образовательных учреждений (МКК ОУ) Пермского края за 2018 год.

3. Федеральный закон от 21.11.2011 № 323 ФЗ (Ред. от 02.07-2013 с изменениями, вступившими в силу с 21.11.2013) об «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации». Статья 31: Первая помощь.

ПОТЕНЦИАЛ ПРИРОДООРИЕНТИРОВАННОГО ТУРИЗМА ЧУСОВСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА

Чусовской муниципальный район является ближайшей к краевому центру аттрактивной территорией природоориентированного туризма. В нем возможны маршруты по следующим видам активного туризма: пешеходному, лыжному, водному и спелео. При этом спортивные категорийные путешествия невозможны, из-за отсутствия достаточного количества и трудности природных препятствий и недостаточной протяженности маршрутов на территории района. Основным видом активного туризма на территории Чусовского муниципального района является водный туризм, а посещение других объектов — дополнение к водным маршрутам.

Ключевые слова: Чусовской район, природоориентированный туризм, туристский маршрут, водный туризм.

Andrey Y. Korolev
Perm State University

POTENTIAL OF NATURE-ORIENTED TOURISM OF CHUSOVO MUNICIPAL DISTRICT

Chusovskaya municipal district is the nearest attractive territory of nature-oriented tourism to the regional center. It offers routes to the following types of active tourism: hiking, skiing, water and speleo. At the same time, category sporting trips are impossible, due to the lack of a sufficient number and difficulty of natural obstacles and the insufficient length of routes in the district. The main type of active tourism in the Chusovskogo municipal district will be water tourism. A visit to other sites will usually be in addition to the water route.

Keywords: Chusovskoy district, nature-oriented tourism, tourist route, water tourism.

Количество туристов, занимающихся природоориентированным туризмом, постоянно увеличивается. Это связано с увеличением численности городского населения, ведущего напряженный образ жизни, с модой и популяризацией здорового образа жизни и активных путешествий. Путешествие в природной среде является одним из самых эффективных видов рекреации городского населения.

Урал насыщен природными достопримечательностями, поэтому на протяжении нескольких десятилетий здесь сложился пояс районов активного туризма, где концентрируются туристские маршруты разного плана, прежде, все-

го связанные с природно-ориентированными видами туризма [1].

Чусовской муниципальный район Пермского края, благодаря наличию большого количества природных туристских объектов, является наиболее близкой к краевому центру аттрактивной территорией активного туризма. В его сторону направлен самый большой туристский поток с природоориентированными целями как из Перми, так и из соседних регионов. Часть туристов совершают путешествия на территории района, а часть проходят через него транзитом [2,3].

Чусовской район Пермского края находится на границе двух географических зон: Предуралья, и западного склона Среднего Урала. Он является своеобразными воротами на Урал — через район и город Чусовой проходит основная дорога с запада, со стороны Европы, по которой попадает основной поток туристов к большинству природных туристских объектов Среднего и Северного Урала.

© Королев А.Ю., 2019
Королев Андрей Юрьевич,
к. геогр.н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный
национальный исследовательский университет;
korolev@psu.ru

Чусовской муниципальный район нельзя рассматривать, как отдельный туристский район, в виду его небольших размеров, и выборки, исключительно по принципу административного деления. Чусовской район относится к туристскому району, который традиционно сложился на Среднем Урале.

Для Чусовского муниципального района характерно множество видов активной туристской деятельности, но он не является ярким представителем ни одного из них. Сам по себе он не является узкоспециализированным районом какого-либо одного вида активного туризма. На его территории располагается множество туристских объектов, посещаемых довольно часто ввиду относительно хорошей транспортной доступности и высокой аттрактивности некоторых из них.

Наиболее посещаемыми туристскими объектами являются: по пешеходному и лыжному туризму — скала Столбы, на реке Усьва, скалы Глухие, на реке Чусовой; по спелеотуризму — пещера Чудесница на реке Поныш, пещеры Октябрьские, на реке Кутамыш; по водному туризму — нижние участки течений рек Чусовая, Койва, Усьва, Вильва и Вижай, расположенные на территории Чусовского района. Если учитывать и водно-моторный туризм, то сюда будет относиться и река Кутамыш, очень популярная у рыбаков, и наиболее доступная со стороны краевого центра.

На территории Чусовского муниципального района невозможны спортивные походы, ни по одному из десяти видов спортивного туризма, из-за относительно небольших размеров района, особенностей рельефа и отсутствия достаточного количества естественных препятствий, имеющих категорию трудности: пещер, перевалов, вершин, порогов и др. При этом категорийные походы, по указанным видам туризма, возможны на территории туристского района, сформировавшегося на Среднем Урале, в состав которого входит Чусовской муниципальный район. Спортивные походы возможны, если маршрут совмещать с посещением нескольких сопредельных районов Пермского края, вместе с Чусовским.

Далее охарактеризуем природные туристские объекты Чусовского муниципального района, где могут быть проложены водные, пешеходные, лыжные и спелеомаршруты. Все маршруты будут краткосрочные, в пределах 1–3 дней, и некатегорийные; их можно систематизировать по видам туризма.

1. Пешеходные и лыжные маршруты

Скала Столбы на реке Усьва. Протяженность пешеходного или лыжного маршрута, от пос. Усьва, куда можно добраться обще-

ственным транспортом, и где можно оставить личный транспорт составляет от 5 до 6,5 км, в зависимости от того, где планируется стоянка туристов. Стоянка может быть выше или ниже по течению скалы, или прямо на скале. В этом случае в летнее время необходимо с собой поднимать воду. Зимой располагаться лагерем можно в гроте, расположенному на скале, в верхней (северной) части камня по течению Усьвы.

Скала Панорамная на р. Усьва. Сюда обычно совершают восхождения во время сплава по Усьве, но это возможно и в рамках самостоятельного пешеходного или лыжного маршрута, протяженностью 16 км. Отдельные участки — ниже скалы Столбы, придется идти вдоль реки без тропы. Зимой эта скала более доступна, потому что можно идти по застывшей реке, где достаточно проложенных следов от снегоходов и лыж.

Ледопад на р. Усьва. Поход туда представляет собой 2–3 дневный лыжный маршрут, от пос. Усьва, протяженностью 18–20 км. Здесь туристы могут не только полюбоваться красотой природы: два красивых ледопада, высотой более 20 м, в районе камня Большой Омут, но и заниматься ледолазанием в естественных условиях, что является большой редкостью не только на территории Пермского края, но и на территории большинства регионов России.

Лыжный поход от пос. Усьва до пос. Мыс. 3-х дневный лыжный маршрут по льду р. Усьва, протяженностью 40 км, от пос. Усьва, до пос. Мыс, откуда можно уехать заказным автотранспортом.

Усьвинские Арки. Расположены на границе Чусовского и Гремячинского муниципальных районов. Это интересный природный объект — скалы высотой до 30 м, с отверстиями и гротами. Усьвинские Арки могут рассматриваться, как объект посещения вместе со скалой Столбы или быть целью отдельного пешеходного или лыжного маршрута протяженностью 20 км в одну сторону от пос. Усьва. Для прохождения маршрута нужно дойти до трубопровода, который пересекает р. Усьву выше по течению, чем скала Столбы, затем пройти по газопроводу на север около 10 км, и свернуть на редко посещаемую лесную дорогу, которая приведет к аркам.

Скалы Оленек, Дыроватовка, Григорьевская Гора и Опока на р. Вильва. Посещение этих скал возможно в линейном лыжном походе, протяженностью 23 км, от моста через р. Вильва до остановки 13 км, на железнодорожной ветке Чусовская — Усьва. Маршрут можно завершить в городе Чусовом, тогда протяженность составит 33 км, а продолжительность — 2–3 дня.

Скалы Дыроватые ребра, на р. Чусовой. Расположены в 2 км от пос. Усть-Койва, выше по течению реки Чусовой. Это однодневный туристский объект, возможности для посещения которого есть круглый год.

Скалы на р. Чусовой. Прибрежные скалы: Красный, Стенка, Поныш, Шаков, Печка, Плакун, Шайтан, Медвежка, Гладкий, Большие и Малые Глухие, Гребешок, доступны в линейном лыжном походе, продолжительностью 2–3 дня, протяженностью 32 км. При этом можно устраивать лагеря в гротах на скалах Поныш, Большие Глухие и Малые Глухие.

Большие Глухие скалы и Голубое озеро. Посещение возможно в двухдневном пешеходном или лыжном походе, начинающемся от г. Чусового, протяженностью 12 км в одну сторону. При этом в летнее время нужно идти по тропе, проложенной на правом берегу р. Чусовая, а в зимнее время можно двигаться по льду реки Чусовой. На Глухих скалах возможны занятия скалолазанием. Скалы эти много лет использовались для проведения соревнований по скалолазанию, и довольно чистые. Ночевка может быть организована в гроте на Больших Глухих скалах. Голубое озеро — карстового происхождения, интересный природный объект. Его глубина составляет более 60 м, при ширине, менее 30 м.

2. Спелеологические маршруты

Пещера Глухая Ледяная. Расположена на берегу р. Чусовая, выше по течению города Чусовой на 9 км, рядом со скалами Малые Глухие. Посещение этой пещеры совмещают с посещением Глухих скал, и оно возможно круглый год. Протяженность пещеры 59 м. В холодное время года в ней образуется большое количество ледяных сталагмитов и сталактитов.

Пещера Чудесница — интересная и красивая пещера, расположена на берегу р. Поныш, примерно в 3 км, от устья, т.е. от места впадения этой реки в Чусовую, и в 10 км от поселка Усть-Койва. Добираются по тропе, двигаясь вверх по Понышу. В устье эта речка бежит в живописном ущелье, между скал. Посещение пещеры может быть круглогодично, и чаще всего осуществляется от поселка Усть-Койва. При этом будет проложен радиальный маршрут, с возвращением в точку старта. В таком варианте это может быть однодневный маршрут. В летнее время, необходимо сплавсредство, для переправы через Чусовую. Зимой можно пройти на лыжах по льду реки, или проехать на снегоходе. Протяженность пещеры 512 м. Вход довольно узкий, но сама пещера имеет несколько больших гротов. Пещера очень красивая, с большим количеством каменных натеков, сталактитов и сталагмитов.

Пещеры Октябрьские. Расположены на левом берегу р. Кутамыш, в районе его среднего течения. Пещер всего три, и они расположены на небольшом удалении друг от друга, в пределах 300 м. Протяженность пещер не превышает 200 м. В двух из них есть озера, а в самой дальней от р. Кутамыш, имеется два яруса. Зимой в них образуются красивые ледяные сталагмиты и сталактиты. Пещеры расположены в 12 км от станции Валежная, куда можно добраться электропоездом от городов Пермь и Чусовой. Это ближайшие подъездные пути к пещерам. Пещеры могут посещаться как в пешеходном, так и в лыжном походе. Причем в зимнее время это могут быть однодневные и двухдневные маршруты, потому что до пещер обычно проложен снегоходный след. Летом это только двухдневный маршрут.

Чтобы попасть в пещеры летом, нужно брать с собой сплавсредство для переправы через р. Кутамыш. Зимой можно идти на лыжах по льду реки. Также пещеры посещают на лыжах от поселка Троица, где можно оставить личный транспорт, или куда можно добраться общественным транспортом. Пещеры доступны и по воде, на моторных судах, для этого нужно подниматься вверх по течению по р. Сылва и Кутамыш.

3. Водные маршруты

Основной туристской специализацией Чусовского муниципального района, без сомнения является водный туризм. Наиболее популярные реки, где осуществляются массовые сплавы — Чусовая, Усьва, Вильва, Вижай и Койва, нижнее течение которых расположено на территории Чусовского района, и где завершается большинство маршрутов водных путешествий. Водно-моторные путешествия также осуществляются по рекам Кутамыш и Сылва, участки которых находятся на территории района.

Большинство из перечисленных рек, имеют категорию сложности. Чусовая — 1, а Усьва, Вильва, Койва и Вижай — 2. При этом вторая категория сложности отмечается только во время паводка, когда уровень воды высокий или максимальный, то есть чаще всего такая категория сложности возможна только в мае. В низкую воду (большая часть сезона, когда возможны сплавы), прохождение маршрутов по этим рекам, кроме Чусовой и Кутамыша, проблематично, из-за большого количества мелей. В межень река Вижай, на протяжении нескольких километров в среднем течении, целиком уходит под землю. На территории Чусовского муниципального района находятся только нижние участки течений вышеперечисленных рек, которые не имеют категорию сложности, из-за недостаточного количества препятствий и небольшой протяженности.

В заключение можно сделать вывод: основным видом активного туризма в Чусовском муниципальном районе, является водный туризм, а посещение объектов другой направленности чаще всего является дополнением к водным маршрутам. Соответственно, временем наиболее массового посещения будет сезон с положительной температурой воздуха — с начала мая до конца сентября, с преобладанием в летние месяцы. Большинство туристов заканчивают маршрут, путешествуя по рекам Среднего Урала, на территории Пермского края, именно в Чусовском районе. При этом, по пути заброски к началу маршрута, они также проезжают через Чусовской района. Начало водных путешествий расположены в следующих местах: по реке Койва — в Горнозаводском районе, в поселках Теплая Гора, Бисер или Кусье-Александровский; по реке Вижай — также в Горнозаводском районе, в поселке Сараны или Пашия; по реке Вильва — в поселке Нововильвенский или Вильва; по реке Чусовая — в поселке Кын (Лысьвенский район) или Усть-Койва; по реке

Усьва — в Гремячинском районе, в поселках Усьва, Шумихинский или Безгодово, или в Горнозаводском районе в поселке Средняя Усьва, или в урочище Нижняя Усьва. Также пешеходные маршруты по реке Сылвица, начинаются обычно в Горнозаводском районе, а завершаются в городе Чусовой.

Библиографический список

1. Зырянов А.И., Королёв А.Ю., Мышильцева С.Э., Сафарян А.А. Организация территорий активного туризма на Урале / Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т. 11. № 3. С. 130–14.
2. Королев А.Ю., Мулюкина Н.В. Профилактика несчастных случаев в активном туризме на территории Пермского края / География и туризм. Сборник научных трудов. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет». Пермь, 2012. С. 49–56.
3. Шарифуллин С.Р. Спортивный отдых — составляющая туризма // География и туризм: сб. научн. тр. Пермь, 2009. Вып. 7. С. 87–94.

НОВЫЕ КРАТКОСРОЧНЫЕ ЛЫЖНЫЕ МАРШРУТЫ В ОКРЕСТНОСТЯХ ПЕРМИ

Пермский край, особенно его северо-восток, богат природными достопримечательностями и живописными ландшафтами. В связи с удаленностью наиболее привлекательные территории, недоступны для регулярного посещения и рекреации населения города Перми. Для этих целей необходимо использовать местные природные ресурсы, расположенные в окрестностях краевого центра, изучать имеющиеся краткосрочные маршруты и разрабатывать и прокладывать новые. Для большей доступности для населения, информацию о маршрутах нужно выкладывать на информационные ресурсы: сайты администрации и в мобильные приложения о местных достопримечательностях. В статье предлагается три новых краткосрочных лыжных маршрута, разработанных в разных частях города и его окрестностей: «Лунежские горы», «Экотропа «Большая сосновая» — Гайва», «Владимирская лыжня — экотропа «Дорога домой».

Ключевые слова: город Пермь, лыжные маршруты, рекреация, экологические тропы.

M.V. Aspidova
Perm State University

NEW SHORT-TERM SKI ROUTES IN THE VENUE OF PERM

Perm Krai, especially its northeast, is rich in natural sights and picturesque landscapes. Due to the remoteness, the most attractive areas are inaccessible for regular visits and recreation of the population of the city of Perm. For these purposes, it is necessary to use local natural resources located in the environs of the regional center, study the available short-term routes and develop and lay out new ones. For greater accessibility for the population, information about routes should be laid out on information resources: administration sites and in mobile apps about local sights. The article proposes 3 new short-term ski routes developed in different parts of the city and its environs: "Lunezhskie gory", "ecological paths "Big Pine" – Gayva", "Vladimir ski track – ecological paths "Road to Home".

Keywords: Perm city, ski routes, recreation, ecological paths.

При гармоничном развитии общества должны оставаться ненаселенные территории, неиспользуемые в хозяйственной деятельности. Они должны находиться вокруг городов и быть местом рекреации людей, а также участками сохранившейся дикой природы, в которых влияние человека на окружающую среду минимально [7].

Урал насыщен природными достопримечательностями, поэтому на протяжении нескольких десятилетий здесь сложился пояс районов активного туризма, где концентрируются

туристские маршруты разного плана и, прежде всего связанные с природно-ориентированными видами туризма [2]. Для каждой территории наиболее удобным способом путешествий является какой-либо отдельный вид туризма или несколько видов. Развитию активного туризма, способствует интерес к познанию окружающей среды — одна из могучих движущих сил, заложенных в человеке [3].

Пермский край находится на стыке двух частей света: Европы и Азии. Большая (примерно 80 % территории) западная часть региона расположена на восточной окраине Восточно-Европейской равнины, где преобладает низменный и равнинный рельеф. На востоке в меридиональном направлении тянутся Уральские горы, занимающие 20% территории края [4].

© Аспидова М.В., 2019

Аспидова Мария Владимировна,
магистрант кафедры туризма, Пермский государственный
национальный исследовательский университет;
Aspidova.maria@yandex.ru

Особенности рельефа Уральского хребта являются важным фактором развития активных видов туризма, особенно на Северном Урале [8]. Наиболее интересной и привлекательной территорией Пермского края для организации всех видов природоориентированного и экологического туризма является его северно-уральская часть, которая начинается севернее хребта Ослянка [5]. Эти территории удалены от краевого центра, поэтому, несмотря на свою аттрактивность, они мало подходят для краткосрочной рекреации городского населения.

Город Пермь почти со всех сторон окружен лесными массивами, по которым проложены тропы для пешеходных прогулок в бесснежное время и лыжные маршруты. Уникален Черняевский лесопарк — лесной массив размером около 700 га в городской черте, недалеко от центра города. В Перми работает 8 лыжных баз, расположенных на разных окраинах города и в примыкающих лесных массивах. В окружении каждой лыжной базы накатаны десятки километров лыжни. Протяженность маршрутов на всех базах примерно одинаковая. Существуют кольцевые маршруты протяженностью 2,3 и 5 км. Есть более короткие дистанции. Самые длинные маршруты, линейные, протяженностью до 40 км в одну сторону, но в основном в пределах 10–20 км [1].

Население Перми нуждается в активном отдыхе на природе. В связи с тем, что немногие могут позволить себе многодневный поход, не используя ежегодный отпуск, нужны активные маршруты одного дня.

В Пермском крае есть интересные лесные, лесостепные, водные и горные ландшафтные комплексы. Здесь есть все ресурсы для развития активного туризма. В последние годы активно развивается экологический туризм. Создание и обустройство экологических троп позволяет жителям совмещать активный отдых на природе с расширение кругозора в отношении природы, и ее защиты. На территории Перми обустроено 20 экологических троп: «Гайвинская», «Птицы нашего леса», «Удивительное рядом», «Ботаническая», «Дорога домой», «Пролетарская», «Крым», «Липовая гора», «Чапаевская», «Красные горки», «Большая сосновая», «Андроновские горы», «Тропа Здоровья», «Аллея Пермского края», «Детская», «Ивинская», «Тропа лесоводов Прикамья» и др. К сожалению, не все тропы хорошо известны жителям Перми, а в зимнее время, далеко не во всем можно путешествовать, из-за отсутствия лыжни.

Зимой на специализированных лыжных базах, можно взять лыжи напрокат и пройти по лесу классическим или коньковым ходом. Это лыжные базы: «Динамо», «Звезда», «Перм-

ский региональный спортивно-тренировочный центр адаптивного отдыха», «Прикамье», «Подснежник», Лыжная база ПГНИУ, «Искра», Лыжная база ДЮСШОР. Кроме известных лыжных баз есть лыжни, которые поддерживаются любителями лыжного спорта: «Владимирская лыжня», «Шаговская лыжня» и т.д.

Кроме вышеперечисленных факторов, есть еще несколько, влияющих на популярность однодневной лыжной рекреации в окрестностях города Перми:

1. Устойчивый снежный покров, пригодный для лыжных прогулок, в районе г. Перми сохраняется пять месяцев в году: с середины ноября до середины апреля.

2. Исторически сложившийся образ Перми как спортивного города, что выражается и в отношении лыжных прогулок, и соревнований. Традиции зимних катаний на лыжах зародились еще в 1950-е гг., и передаются из поколения в поколение.

3. Зимой заниматься лыжными прогулками и катанием можно практически в любую погоду и каждый день. Сильные морозы, препятствующие такой деятельности, бывают довольно редко.

4. Окрестности Перми живописны. Лесные массивы чередуются с полями, имеется множество холмов с обзорными точками и открывающимися с них красивыми видами, делающие лыжные прогулки более разнообразными и интересными. Сами лыжные маршруты довольно насыщены. Ровные участки без уклона хорошо сочетаются со спусками и подъемами различной крутизны [6].

Имеющиеся лыжные маршруты не соответствуют запросам населения, в виду их недостаточного количества и разнообразия. Необходимо создать сайт или страницу на сайтах администрации города или районов, с информацией о возможных маршрутах путешествий по окрестностям Перми. Нужно, чтобы информация была легкодоступна и жители города могли свободно путешествовать по маршрутам. Можно такие данные добавлять в уже разработанные мобильные приложения о достопримечательностях города, например, в мобильное приложение «Пермский период 2.0». При этом должен быть указан трек маршрута, или направление движения с координатами, чтобы у рекреантов не было сомнений о правильности движения, особенно в первое время.

В работе разработано три новых лыжных маршрута в разных районах города Перми, которые также имеет смысл размещать в мобильном приложении. Причем, не обязательно по ним специально накатывать лыжню. Если информация о конкретных маршрутах будет

у населения, то, начиная со времени первого снега, лыжню накатают и будут поддерживать в течение всего зимнего сезона сами лыжники-энтузиасты.

Маршрут № 1. «Лунежские горы». Одним из самых живописных мест в окрестностях Перми являются Лунежские горы в Полазне. Зимой здесь можно совместить посещение центра активного отдыха Полазна и маршрут по замерзшей Каме вдоль Лунежских гор. Лунежские горы представляют собой гипсовые утесы, которые протянулись вдоль Камского берега почти на 20 километров (между Добрянкой и Полазной). В конце XX века Лунежские горы были признаны особо охраняемой природной территорией.

Маршрут можно начать в центре активного отдыха Полазна, здесь есть специализированная трасса для беговых лыж. Добраться сюда удобно, как на личном автомобиле, так и на общественном транспорте. С лыжни для беговых лыж нужно съехать на замерзшую Каму в северо-западном направлении. Отсюда нужно двигаться по направлению на северо-восток вдоль берега 16 километров до Добрянки. Вернуться в Полазну можно на автобусе «Добрянка-Пермь». Также можно вернуться в Полазну вдоль Лунежских гор той же дорогой, которой шли вперед. Тогда протяженность маршрута составит 32 километра.

Этот маршрут подойдет для новичков, зимой здесь проложена лыжня. Маршрут позволит полюбоваться гипсовыми утесами «Лунежские горы», простором замерзшей реки Кама и полосой хвойного леса, обрамляющего берега реки.

Маршрут № 2. «Экотропа «Большая Сосновая» – Гайва». Маршрут проходит по правому берегу реки Кама в микрорайоне Верхняя Курья. До начальной точки маршрута можно добраться от остановки общественного транспорта «Дом отдыха» на автобусах маршрутов № 7, 49. На автобусе № 49 можно доехать еще ближе к начальной точке маршрута, до следующей остановки «По требованию». Начало маршрута на экологической тропе «Большая Сосновая». От остановки «Дом отдыха» нужно двигаться по направлению на северо-запад 1,5 километра (через 730 метров свернуть направо). От остановки «По требованию» до начала маршрута 780 метров, остановка располагается около отворота на экологическую тропу. Летом на экологической тропе устраивают минерализованные полосы для предотвращения лесных пожаров, поэтому, например, на велосипеде здесь ехать не очень удобно. Зимой — это прекрасное место для лыжной прогулки, здесь есть подготовленная лыжня. В начале экотропы есть места для отдыха с манга-

лами и информационным стендом. На ее протяжении можно встретить 9 информационных стендов. От начала экотропы следует начинать движение по лыжне в западном направлении, а через 350 метров лыжня пойдет правее. Еще через 350 метров повернет направо. Через 1,5 километра лыжня поведет на юго-запад. Через 2 километра будет выезд на кросс-канти трассу «33 горки», опытные лыжники могут проехать здесь. Новичкам эта местность может показаться сложной, здесь есть резкие спуски и подъемы. На четвертом километре пути нужно съехать с основной лыжни и двигаться направо в северо-западном направлении 300 метров. Здесь будет выезд в сторону дороги Дружбы. Через 200 метров нужно осторожно пересечь автомобильную и железную дороги. Затем двигаться на юго-запад по тропе, идущей в лесу вдоль железной дороги. Через 1,3 километра, на пересечении дороги Дружбы и улицы Верхне-Курьинской нужно повернуть направо. Двигаться по просеке до отворота с дачами 750 метров. Отсюда нужно углубиться в лес, обычно здесь есть след снегохода или уже подготовлена лыжня. Через 100 метров нужно повернуть направо и двигаться по тропе. Маршрут проходит по густому лесу, хоть он и не популярен, вероятность встретить здесь лыжников есть. На десятом километре предстоит переход речки Гайва по мосту. Здесь проходит «Шаговская лыжня». После преодоления мостика нужно продолжать двигаться по тропе 200 метров в северо-западном направлении. Затем повернуть направо и идти в восточном направлении 800 метров до СНТ № 64. Отсюда, углубившись в лес, пройти еще 200 метров до железной дороги. Далее двигаться вдоль железной дороги 1,5 километра, затем свернуть направо и выйти к кольцу на улице Репина в микрорайоне Гайва. Отсюда можно добраться до города на автобусах № 53, 3Т.

Протяженность линейного маршрута 13 километров. Почти на всем своем протяжении он проходит по густому лесу по подготовленной лыжне. Зимой здесь можно наблюдать красивые заснеженные пейзажи. Маршрут без резких спусков и подъемов, хорошо подойдет для начинающих лыжников.

Маршрут № 3. «Владимирская лыжня — экотропа «Дорога домой». Находится в Индустриальном районе города Перми, добраться сюда можно на общественном транспорте. Начало маршрута на поляне за спортивным комплексом имени В.П. Сухарева. Отсюда начинается лыжная трасса «Владимирская». Названа трасса в честь Владимира Васильевича Васильца, который постоянно занимается подготовкой трассы, используя свои средства. Ежегодно здесь проводится Румянцевский марафон.

От поляны двигаться следует в западном направлении по лыжне 1,2 км, затем лыжня повернет на северо-запад. Еще через километр лыжня пойдет вдоль автомобильной дороги (улица Встречная). Через 350 метров нужно повернуть направо и двигаться в восточном направлении 650 метров. Здесь лыжня пересекается экологической тропой «Дорога домой». На пересечении нужно съехать налево на экологическую тропу, здесь зимой тоже есть подготовленная лыжная трасса. Общая протяженность экотропы 4,5 км, но на данном лыжном маршруте будет пройдена только ее часть, протяженностью 3,7 км. Далее двигаться следует по экотропе, не съезжая с нее. Ориентироваться помогают информационные стенды (всего на тропе 15 информационных стендов). Через 1 км тропа пойдет в восточном направлении, а еще через 1,6 км в южном. Заканчивается маршрут выходом к улице шоссе Космонавтов. Отсюда можно вернуться в центр города на общественном транспорте.

Общая протяженность маршрута 6,8 км. Он отлично подойдет для начинающих лыжников, здесь нет резких спусков и подъемов, маршрут проходит по подготовленной лыжне. Посещение этого маршрута может стать отличной семейной прогулкой выходного дня.

На основании проанализированной информации следует сделать вывод, что в окрестностях Перми есть интересные места, которые можно использовать для составления краткосрочных маршрутов. Все предложенные маршруты являются удобными с точки зрения транспортной доступности.

Они подойдут для людей, не имеющих специальной подготовки.

Библиографический список

1. Зырянов А.И., Зырянова И.С., Королев А.Ю., Мышильцева С.Э., Щепеткова И.О. Рекреационное поле Пермской агломерации / Географический вестник. 2017. № 1 (40). С. 116–123.
2. Зырянов А.И., Королев А.Ю., Мышильцева С.Э., Сафарян А.А. Организация территорий активного туризма на Урале / Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т. 11. № 3. С. 130–140.
3. Королев А.Ю. Географические и тактические аспекты спортивного туризма / Географический вестник, Пермь, 2008, № 2. С. 269–276.
4. Королев А.Ю., Мулюкина Н.В. Профилактика несчастных случаев в активном туризме на территории Пермского края / География и туризм. Сборник научных трудов. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет». Пермь, 2012. С. 49–56.
5. Королев А.Ю. Обоснование создания национального парка «Хребет Кваркуш» на территории Красновишерского района Пермского края / Географический вестник. 2012. № 1. С. 99–104.
6. Королев А.Ю. Полюсы недоступности микроуровня, как фактор зимней однодневной рекреации городского населения / Географический вестник. 2018. № 3 (46). С. 92–97.
7. Королев А.Ю. Полюсы недоступности Пермского края / Региональные исследования. 2014. № 1. С. 130–132.
8. Королев А.Ю. Согласованность геоморфологического строения Северного Урала с организацией туристских маршрутов / Географический вестник. 2016. № 3 (38). С. 145–150.

ПЕШЕХОДНЫЕ И ВЕЛОСИПЕДНЫЕ МАРШРУТЫ, КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КОМИ-ПЕРМЯЦКОМ ОКРУГЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ

В статье изложены взгляды на проблемы, препятствующие развитию туризма в Коми-пермяцком округе. Актуальность статьи обусловлена вниманием к вопросам, решение которых позволит определить пути развития туризма на территории Коми-пермяцкого округа. В статье аргументируется позиция, согласно которой Коми-пермяцкий округ является высокоаттрактивной территорией с богатым туристским потенциалом. Проводится анализ существующих мнений авторов научных работ по вышеуказанным проблемам. Предложены варианты маршрутов активного туризма на территории округа, в частности велосипедный и пешеходный маршруты в Гайнском районе.

Ключевые слова: *туристский потенциал, туристская инфраструктура, туристский маршрут, Коми-пермяцкий округ, озеро Адово.*

K.V. Mikityuk
Perm State University

PEDESTRIAN AND BIKE ROUTES AS A FACTOR OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE KOMI-PERML DISTRICT OF THE PERM REGION

The article presents views on the existing problems hindering the development of tourism in the Komi-Perm District. The relevance of the article is due to the study of problems, the solution of which will allow to determine the development of tourism in the territory of the Komi-Perm district. The article argues the position according to which the Komi-Perm District is a highly attractive territory with a rich tourist potential. The analysis of the existing opinions of the authors of scientific papers on the above problems. Offered options for the development of active tourism routes in the district, in particular cycling and walking routes in the Gaina region.

Keywords: *tourist potential, tourist infrastructure, tourist route, Komi-Perm District, Lake Adovo.*

Пермский край находится на стыке двух частей света: Европы и Азии. Большая (примерно 80% территории) западная часть региона расположена на восточной окраине Восточно-Европейской равнины, где преобладает низменный и равнинный рельеф. На востоке в меридиональном направлении тянутся Уральские горы, занимающие 20% территории края [6, 5].

Население на территории Пермского края распределено очень неравномерно. Южная и центральная части заселены довольно интенсивно,

а северо-восток и северо-запад края имеют очень низкую плотность населения [5, 9]. Одним из таких регионов является Коми-пермяцкий округ.

Коми-пермяцкий округ (КПО) является уникальной территорией с точки зрения туристского потенциала. Страна «Абу» — так в народе называют эту загадочную местность, что в переводе с коми-пермяцкого языка означает «нету». Коми-округ — страна, которой нет. Эта территория издревле была заселена коми-пермяками — коренным населением Пермского края, относящимся к финно-угорской языковой ветви. Округ обладает значительными туристскими ресурсами, особенно этнографическими и экологическими. По сей день жители округа хранят свою культуру, традиции, обычаи, ремесла. Однако туризм на территории развивается медленно. В силу отсут-

© Микитюк К. В., 2019
Микитюк Карина Владимировна,
магистрант кафедры туризма, Пермский государственный
национальный исследовательский университет;
m_karinka_2712@bk.ru

ствия инфраструктуры, недостатка информации о культурной панораме округа, проблем в управлении сферой туризма на местном уровне, туризм в КПО на сегодня остается в стороне. Возникает исследовательский вопрос, каким образом данную территорию превратить в достойную туристскую destinoцию? Привлечь в нее не только российских, но и иностранных туристов?

Необходимо обнаружить пути решения ряда существующих проблем. Для этого обратимся к имеющимся научным работам в области туризма КПО.

Д.А. Постников проводит анализ современного состояния туристской сферы КПО. Автор выделяет негативные черты территории с точки зрения туристской привлекательности, среди которых: отсутствие природных предпосылок для развития активного туризма, недостаточная транспортная доступность, слабое развитие туристской инфраструктуры и дефицит информации о достопримечательностях региона. Имеющиеся недостатки автор решает путем выделения предпосылок для развития туристской деятельности в КПО. Для этого автор отмечает наиболее аттрактивные объекты для экотуризма — заказники и памятники природы, такие как озеро Адово, урочище Леваты-Нечаты, Ошибский заказник, озеро Нахты. Наиболее привлекательными территориями для познавательного туризма, по мнению автора, являются следующие населенные пункты: Юсьва, Архангельское, Большая Коча, Юрла, Пожва, Кува, Ошиб. В статье предлагается создать тур выходного дня по окрестностям города Кудымкара, а также создать историко-этнографический музей — комплекс, на площадке которого возможно проведение национальных праздников [15].

С.Э. Мышлявцева рассматривает перспективные туристские центры в районе «Парма» — такое название получил КПО в работах по туристскому районированию. По мнению автора, такими центрами могут стать следующие населенные пункты: Кудымкар, Пожва и Гайны. В поддержку развития туризма на территории КПО автор предлагает разработать маршруты по этнографическому туризму [12].

А.В. Фирсовой и Ж.Е. Никитиной была предпринята попытка оценки туристских ресурсов на территории КПО, были выявлены районы, перспективные для развития этнокультурного туризма. Оценка туристского потенциала произведена по собственной методике, состоящей из трех компонентов: природный, историко-культурный и социально-экономический. По итогу оценивания наивысший балл получили следующие районы: Кудымкарский городской округ, Кудымкарский район, Юсьвинский район и Кочевский район [16].

М.С. Оборин выделяет Северный курортно-рекреационный район Пермского края, расположенный на территории КПО. Особое внимание уделяется природно-лечебным ресурсам (лечеб-

ные грязи, минеральные воды), которые не используются в достаточной степени. Автор статьи убежден, что важнейшей проблемой округа является транспортная недоступность, которая может решиться с помощью строительства железной дороги «Белкомур» [13].

О.М. Власова и А.С. Лучников рассматривают КПО, как территорию с большим туристским этнокультурным потенциалом, но без достаточного количества туристских комплексов и соответствующей инфраструктуры. Для решения этой проблемы авторы предлагают спроектировать на территории округа этнографический парк-музей под открытым небом. Были выделены наиболее подходящие населенные пункты, с достаточным туристско-рекреационным потенциалом: села Белоево, Кува и Верх-Инья. Реализация проекта, по мнению авторов, поможет устраниить некоторые социально-экономические проблемы, в частности, такие, как отсталая инфраструктура, а также «снижение» популярности коми-пермяцкой идентичности среди коренного населения Пермского Прикамья [1].

Таким образом, наличие природных и этнографических ресурсов КПО всецело оправдывает туристскую аттрактивность округа. Из вышеупомянутых научных статей мы можем видеть, что почти все районы Коми-округа имеют достаточно ёмкий туристский потенциал. Это, прежде всего, г. Кудымкар и Кудымкарский район, Юсьвинский район, Кочёвский и Гайнский районы.

Анализируя имеющиеся научные исследования, можно выделить основные проблемные аспекты. Главными препятствиями, тормозящими развитие туризма на территории округа, является недостаточная транспортная доступность и слабое развитие туристской инфраструктуры. Решить имеющиеся проблемы предлагается с помощью создания туристских проектов, маршрутов, турсов, проведения этнографических фестивалей и прочее. Такие пути решения проблем, безусловно, будут способствовать развитию региона в туристской сфере, ведь выездной туристский поток из Пермского края, развивается наравне с внутренним туризмом [11].

Урал и Предуралье насыщены природными достопримечательностями, поэтому на протяжении нескольких десятилетий здесь сложился пояс районов активного туризма, где концентрируются туристские маршруты разного плана и, прежде всего связанные с природно-ориентированными видами туризма [2, 10]. Для каждой территории наиболее удобным способом путешествий является какой-либо отдельный вид туризма или несколько видов [7]. Для повышения туристской привлекательности и развития социальной сферы в КПО, имеет смысл разработать сеть маршрутов активного туризма по территории округа. Маршруты могут быть велосипедными, пешеход-

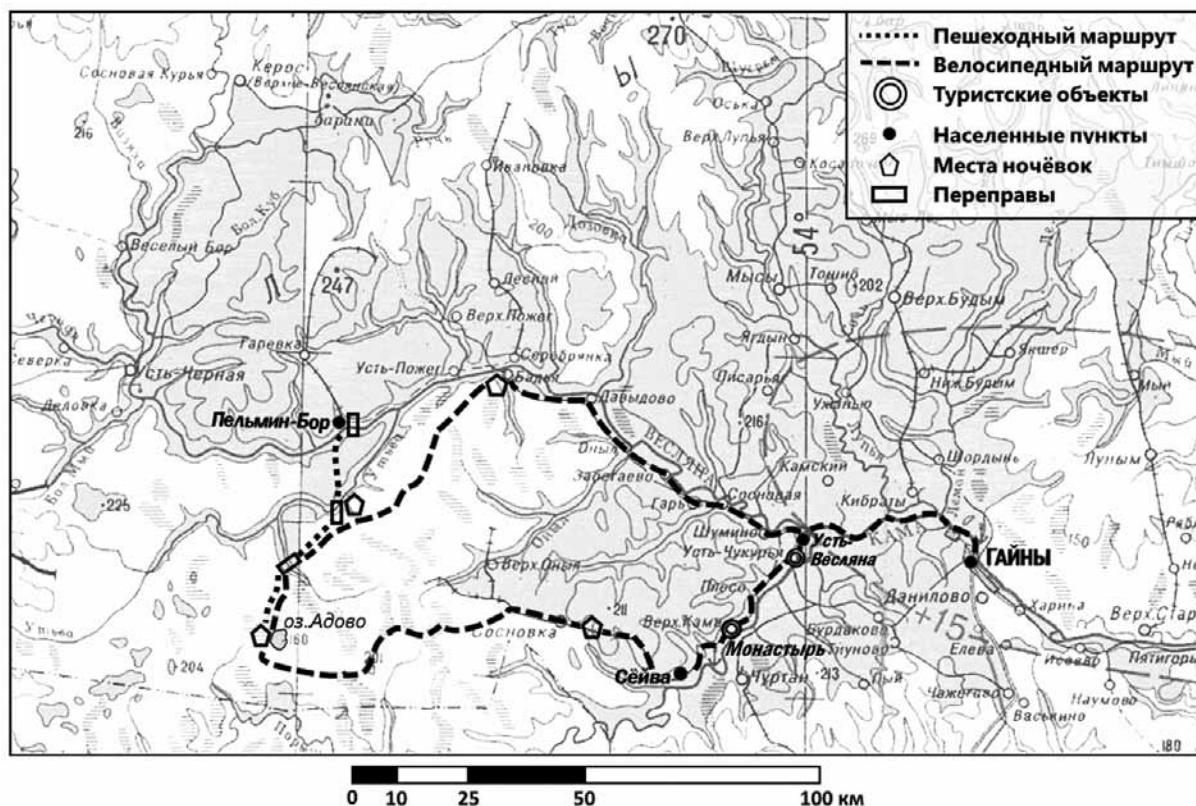


Рис. 1. Пешеходный и велосипедный маршруты в Гайнском районе Коми-Пермяцкого округа.

ными и лыжными в зимнее время года. По отношению к краевому центру, поставляющему наибольшее количество туристов, территория Коми-пермяцкого округа будет являться дополняющим районом в системе туристско-рекреационных территорий, в которой можно осуществлять 2–3-дневные путешествия [3].

Один из наиболее привлекательных маршрутов может проходить по территории Гайнского района. Маршруты предполагают посещение одного из самых загадочных природных объектов Пермского края — озера Адово.

Озеро расположено на водоразделе Камы и Весляны, среди труднопроходимого массива лесов и болот. Адово озеро имеет ледниковое происхождение. Легенды гласят, что озеро сотворила нечистая сила, поэтому и нет к нему подступа — со всех сторон болота и только на западном берегу есть небольшой участок твердого берега [4]. Коми-пермяцкие сказания повествуют о том, что именно сюда, на Адово озеро, Пера-богатырь отправил Ва-Куль (водяного) в ссылку: «как сгинул в том озере водяной, с того времени озеро Адово и прозвано» [14].

Первый вариант маршрута на озеро Адово — пешеходный. Он проходит наиболее коротким путем по лесным дорогам, от ближайшей дороги, соединяющей поселки Серебрянка и Усть-Черная. По конфигурации он радиальный, то есть с возвращением в пункт отправления по прежнему пути, но в обратную сторону. Начало маршрута — село Пельмин-Бор с переправой через реку Весляну.

Протяженность — 66 км в обе стороны, продолжительность — 3–4 дня. Недостаток маршрута: необходимо наличие плавательного средства для переправы через реку Весляну. Преимущества: изобилие ягод и грибов на протяжении всего маршрута, а так же наличие живописных ландшафтов — сосновых боров-беломошников.

Второй вариант маршрута — велосипедный, а по конфигурации — кольцевой, то есть возвращение в пункт отправления туристов осуществляется новым путем. Начало и конец маршрута в поселке Усть-Весляна, где можно оставить транспортное средство. Маршрут проходит через село Монастырь и урочище Пернаяг по возвращению с озера. Протяженность маршрута 200 км, продолжительность — 4 дня. (рис. 1).

Недостаток: имеются заболоченные участки, с трудом преодолеваемые на велосипеде. К преимуществам можно отнести посещение большего количества туристских объектов, помимо оз. Адово: таинственное село Монастырь, основанное в 1539 г., когда на р. Кама возник мужской Троицко-Плесинский монастырь. В преданиях основание монастыря и распространение христианства связано со Стефаном Великопермским. В настоящее время село нежилое. В нем сохранилась деревянная церковь Николая Чудотворца (1905–1909). Большой интерес представляют традиционные крестьянские усадьбы, построенные в конце XIX в. [4].

Следующим объектом маршрута является урочище Пернаяг. Святой источник урочища расположен близ поселка Усть-Весляна.

Пернаяг, в переводе с коми-пермяцкого, означает «пермяцкий лесной крест». Его поставил там сам Стефан Великопермский. На этом месте святитель крестил коми-пермяков, вогулов и чудь в православную веру. В 1990 г. родник официально объявлен святым. Ежегодно туда совершается пеший крестный ход из поселка Сёйва [4].

При желании подобный кольцевой веломаршрут можно начать с п. Гайны. Протяженность такого маршрута увеличится на 40 км. К туристским объектам маршрута добавятся святые источники близ п. Гайны — источник с живой и мертвой водой. По рассказам местных жителей воду из этих источников следует пить по особым правилам: сначала необходимо испить мертвую воду — она забирает все болезни и недуги, затем живой воды — она оснащает организм здоровьем и наделяет силами.

Для организации комфортного пешеходного и велосипедного путешествий, необходимо обустроить инфраструктуру по линии движения на маршрутах:

1. Расставить указатели на тропах;
2. Обозначить места для ночевок туристов;
3. Обозначить источники с питьевой водой;
4. В заболоченных местах положить гати.

Очевидно, что без поддержки правительства Пермского края и Гайнского муниципалитета обустроить и популяризовать подобные маршруты будет непросто. Администрации Коми-пермяцкого округа и Гайнского муниципального района необходимо создать отдельный информационный блок по туризму в регионе. Где следует отразить возможные маршруты, с их описанием и обозначением координат. Также такие маршруты могут войти в состав мобильных приложений посвященных туристским объектам региона. Распространением информации о возможных активных маршрутах на территории Пермского края может заниматься краевое агентство по туризму.

Коми-пермяцкий округ — это уникальная территория с разнообразной природой и богатым туристским потенциалом, но без достаточного внимания со стороны туристской администрации и операторов внутреннего туризма. Разработанная и обустроенная сеть маршрутов активного туризма, будет способствовать привлечению туристов в округ, поможет решить ряд проблем, препятствующих развитию туризма таких, как недостаточная транспортная доступность, слабое развитие социальной и туристской инфраструктуры и, как следствие, будет способствовать социальному-экономическому развитию, как самого округа, так и Пермского края в целом.

Библиографический список

1. Власова О.М., Лучников А.С. Этнотуризм на территории компактного проживания финно-угорских народов России: опыт для Коми-пермяцкого округа Пермского края// Сфера туризма и гостеприимства в эпоху глобализации. — Сб. ст. Междунар. научн.-практ. форума к 20-ти летию туристского образования в ПГАИК. Отв. ред. А.С. Кусков, П.С. Ширинкин. 2013. С. 20–26.
2. Зырянов А.И., Зырянова И.С., Королев А.Ю., Мышлявцева С.Э., Щепеткова И.О. Рекреационное поле Пермской агломерации // Географический вестник. 2017. № 1 (40). С. 116–123.
3. Зырянов А.И., Королев А.Ю., Мышлявцева С.Э., Сафаряна А.А. Организация территорий активного туризма на Урале / Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. Т. 11. № 3. С. 130–141.
4. Зырянова И.С., Мышлявцева С.Э. Адово озеро — туристский бренд Гайнского района. В сборнике: Туристский потенциал Гайнского района. Материалы региональной научн.-практ. конф. «География и туризм» (29–30 октября 2009 г.). Пермь, 2009.
5. Королев А.Ю. Географические и тактические аспекты спортивного туризма // Географический вестник, Пермь, 2008, № 2. С. 269–276.
6. Королев А.Ю., Мулюкина Н.В. Профилактика несчастных случаев в активном туризме на территории Пермского края // География и туризм. Сб. научн. трудов. ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет». Пермь, 2012. С. 49–56.
7. Королев А.Ю. Обоснование создания национального парка «Хребет Кваркуш» на территории Красновишерского района Пермского края // Географический вестник. 2012. № 1. С. 99–104.
8. Королев А.Ю. Полюсы недоступности микроуровня, как фактор зимней однодневной рекреации городского населения // Географический вестник. 2018. № 3 (46). С. 92–97.
9. Королев А.Ю. Полюсы недоступности Пермского края // Региональные исследования. 2014. № 1. С. 130–132.
10. Королев А.Ю. Согласованность геоморфологического строения Северного Урала с организацией туристских маршрутов // Географический вестник. 2016. № 3 (38). С. 145–150.
11. Лимпинская А.А. Распределение зарубежных туристских потоков из Уральского региона // Вестник Удмуртского университета. Серия Биология. Науки о Земле. 2014. № 1. С. 144–149.
12. Мышлявцева С.Э. Туризм в Пермском крае. ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет». Пермь, 2012. 140 с.
13. Оборин М.С. Особенности проведения курортно-рекреационного районирования Пермского края // География и туризм. 2015 № 14. С. 136–146.
14. Подюков А.И. Мифы и легенды Адова озера // Туристский потенциал Гайнского района. Материалы региональной научно-практической конференции «География и туризм» (29–30 октября 2009 г.). Пермь, 2009. С. 113–115.
15. Постников Д.А. Проблемы и перспективы развития туризма на территории Коми-пермяцкого автономного округа // География и туризм. Сб. научн.тр. ФГБОУ ВПО «Пермский государственный университет». Пермь, 2006. С. 208–211.
16. Фирсова А.В., Никитина Ж.Е. Туристский район «Парма»: оценка ресурсов и перспективные направления // Туризм как фактор модернизации экономики и развития регионов. Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Под общ. ред. А.Н. Полухиной. Йошкар-Ола, 2015. С. 170–179.

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ГОРНЫХ РАЙОНАХ МИРА НА ПРИМЕРЕ ГОРЫ КАЧКАНАР

В статье рассматривается проблема развития туристской инфраструктуры в горных районах. Даётся краткое описание туризма на территории Среднего Урала. Описываются возможности для развития йога-туризма на данной территории. Сегодня йога — это достаточно популярный вид спорта по всему миру. Йога-тур — это уникальный туристский продукт, который включает в себя кроме стандартного набора услуг (транспорт, питание, проживание) обязательно тренировки и йога-практики, услуги йога-инструктора. Автор статьи рассматривает гору Качканар как подходящее место для практики йоги, описывает туристские ресурсы для возможностей йога-путешествий в данной локации. В заключении предлагается проектирование йога-шelterа на горе Качканар с целью развития йога-туризма на территории Среднего Урала.

Ключевые слова: *йога-туризм, туристская инфраструктура в горных районах, йога-путешествия, туризм в Среднем Урале, горный туризм, йога-тур*

J.A. Noskova

Perm State University

TOURISM INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT IN THE MOUNTAIN AREAS: THE EXAMPLE OF MOUNTAIN KACHKANAR

In the present paper the problem of tourism infrastructure development in the mountain areas is discussed. Tourism in the Middle Urals and opportunities for yoga-tourism development within the territory are described. Today yoga is a popular kind of sport around the world. Yoga-tour is a unique tourist product. It necessarily includes training sessions in addition to the standard set of services (which are transportation, food, accommodation). The author considers Mountain Kachkanar to be a perfect destination for yoga practices and describes tourism resources for yoga-travelling here. In conclusion, the project of the yoga-shelter on Mount Kachkanar is suggested for yoga-tourism development in the Middle Urals.

Keywords: *yoga-tourism, tourism infrastructure in the mountain areas, yoga-travelling, yoga-trips, tourism in the Middle Urals, mountain tourism.*

Горы, наряду с другими природными ресурсами, привлекательны для путешествий и туризма. Уральские горы являются одной из таких аттрактивных территорий, где стоит развивать туризм. Протянувшись с севера на юг, от Архангельской области до Оренбурга, они представляют собой уникальный природный объект. Здесь проходит граница между двумя

частями света — Европой и Азией, здесь встречаются живописные реки и озера, нетронутые леса, пещеры, величественные хребты и скалы причудливой и неповторимой формы. На территории Уральских гор существует несколько национальных парков и заповедников, например, Вишерский заповедник на севере, национальные парки Таганай и Зюраткуль на юге. Однако большая часть Уральских гор не вовлечена в туризм, так как не оснащена качественной инфраструктурой для осуществления туристской деятельности. Обеспечение туристских маршрутов качественной инфраструктурой в горной местности — это одна из

© Носкова Ю.А., 2019

Носкова Юлия Алексеевна,

магистрант кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
julienenoskowa@gmail.com

основных проблем отечественной туринау-
стрии. Проблема развития туристской инфра-
структуры в горных районах мира исследуется
в трудах ученых и специалистов: А.И. Зырянов,
А.А. Сафарян, С.Э. Мышлявцева, А.Ю. Королев,
В.В. Храбовченко, Х.У. Абасова, Ю.П. Селивер-
стов, Влатко Андоновски, Марко Шольце, Юрий
Сандовал и другие.

В нашем исследовании мы рассматриваем
проблему развития туристской инфраструкту-
ры в горах на примере Среднего Урала. Глав-
ная цель исследования — разработка проекта
по строительству туристского объекта на горе
Качканар — стилизованного йога-шалтера для
размещения туристов и гостей. Для начала
опишем туристские ресурсы данной террито-
рии и возможности для развития здесь йога-
туризма.

Средний Урал представляет собой наибо-
лее низкую часть Урала, в среднем горы здесь
не превышают 800 метров. На этой террито-
рии расположена Свердловская область, на
западе проходит граница с Пермским краем.
На территории Пермского края находится го-
сударственный природный заповедник Ба-
сеги, представляющий собой горный хребет
с одноименным названием в междуречье рек
Усьвы и Вильвы. Среди редких видов растений
заповедника есть такие, которые занесены в
Красную книгу Среднего Урала, а также такие,
которые встречаются только на Урале, напри-
мер, шиверекия подольская. Средний Урал бо-
гат уникальными природными памятниками
и достопримечательностями. Карстовые пе-
щеры, скалы и утесы по берегам Чусовой, Та-
гила, Нейвы, озера Таватуй, Песчаное, Балтым,
Глухое и Тальков Камень — необычное лесное
озеро, образовавшееся на месте затопленного
рудника. Этими местами любовался когда-то
Павел Бажов, после чего создал свои знаме-
нитые сказы, где описывается грандиозность
уральской природы, ее воздействие на жизнь
человека. Образы среднего Урала встречаем и
в произведениях Мамина-Сибиряка, черпав-
шего вдохновение у подножия Уральских гор,
богатых полезными ископаемыми — золотом,
железом, медью, малахитом [6].

На сегодняшний момент на территории
Среднего Урала развивается деловой и куль-
турно-познавательный туризм, а также разные
виды активного туризма: пеший, водный, спе-
леологический. Туристские походы выходного
дня, поднятия на вершины Уральских гор до-
статочно популярны. По рекам Чусовая, Сылва,
Койва, Усьва ежегодно сплавляются туристы
из ближайших регионов — Пермского края,
Свердловской и Челябинской областей, Респу-
блики Башкортостан. Также район богат пеще-
рами на любой вкус. Культурно-исторические

памятники архитектуры разных стилей и эпох
приглашают путешественников познакомить-
ся с историей городов Гремячинска, Чусового,
Александровска, Губахи, Добрянки, Екатерин-
бурга, Нижнего Тагила, Первоуральска, Вер-
хотурья и других. Основной поток туристов
в Средний Урал приходится на ближайшие ре-
гионы страны.

Природное богатство Среднего Урала создает
возможности для новых видов активного туриз-
ма. Одно из направлений, которое стоит разви-
вать на территории Среднего Урала, это йога-ту-
ризм. Во-первых, в мире наблюдается с каждым
годом растущий интерес к йоге как к мягкому
виду спорта. По данным ТурСтат на 2017 год, на
территории России ежегодно реализуют йога-
туры более чем 300 тысяч человек. Особенность
йоги заключается в том, что она представляет
собой не только комплекс физических упраж-
нений, но также включает и духовные практи-
ки. Именно эта гармоничная комбинация физи-
ческого и духовного делает йогу уникальной и
привлекательной для людей любого возраста и
статуса. Для многих йогические практики ста-
новятся неотъемлемой частью жизни, что даже
в отпуске не хочется от них отказываться. По-
этому сегодня туристский рынок полон все-
возможными предложениями с йога-турами.
Например, на территории Среднего Урала — это
йога-сплавы по реке Усьва или Койва от «Йога-
студии Кора», йога-походы и семинары на гору
Качканар [8]. Йога-тур — это туристский про-
дукт, который включает в себя услуги по пита-
нию, размещению и транспортировке туриста,
страхование, а также услуги инструкторов и
тренеров. Главное отличие йога-тура от ино-
го другого — это обязательное наличие услуг
йога-инструктора. Любой йога-тур имеет свою
программу тренировок и свою тематику.

Во-вторых, уникальный горный ландшафт
территории делает ее привлекательной для лю-
бителей йоги, так как красивая природа и уеди-
ненность — это главные характеристики йога-
дестинаций. В качестве йога-дестинаций в мире
горы и береговая линия океана — самые попу-
лярные. Важно отметить, что климат Уральских
гор суров и беспристрастен. Удаленность от Ат-
лантического океана и соседство Сибири делают
климат Среднего Урала континентальным, что
сказывается в более резких сменах температур.
Средняя температура летом здесь + 18 °C, зимой
–18 °C. Однако практика йоги предполагает в
каком-то смысле испытание человеком самого
себя, своей воли, поэтому климатические усло-
вия гор Среднего Урала могут даже привлекать
определенного туриста.

Кроме этого, на территории находится един-
ственный на Урале буддийский монастырь Шад
Тчуп Линг (в переводе с тибетского — «место

практики и реализации). Он расположен на горе Качканар — самой высокой в данном районе. С горы открывается потрясающий вид: скалы, лес с открывающимся горизонтом, река. Йога, как известно, уходит своими корнями в индуизм и буддизм, поэтому это место является особо значимым и привлекательным для тех, кто ей увлекается. На данный момент сюда ежегодно приезжают туристы из ближайших регионов. Наиболее известные предприятия, которые организуют йога-поездки на гору Качканар к монастырю, это ООО «Йога-студия Кора», ООО «ЛЕС. Йога-походы по Уралу».

Свежий воздух, красоты Уральских гор, спокойствие и тишина, возможность приобщиться к одной из древнейших религий мира — вот за что любят путешественники это место. Однако проблема, с которой сталкиваются здесь туристы, это плохие условия для ночлега. Действующие йога-туры подразумевают проживание в палатках. При наличии свободных мест послушники в монастыре изредка предоставляют место для ночлега — максимум 10 человек. Поэтому туристы не задерживаются здесь надолго, приезжая практиковать йогу сезонно — в теплое время года.

Условия проживания помогло бы улучшить наличие соответствующей инфраструктуры — небольшой туристской базы отдыха, хостела, шелтера или мини-гостиницы. Это бы увеличило туристский поток в данную дестинацию, предоставило бы возможность туристам приезжать на гору круглогодично и заниматься здесь йогой и духовными практиками в комфортных условиях, так как не каждый готов физически или психологически ночевать в палатках.

Тем не менее, при проектировании и создании качественной инфраструктуры в горной местности отечественные специалисты сталкиваются с рядом проблем. В первую очередь, это большие затраты на проведение коммуникаций: отопление, газоснабжение, водоотведение, электричество, водоснабжение. Основной фактор, который влияет на стоимость, это расстояние до ближайшего населенного пункта, от которого возможно провести коммуникации, а также наличие препятствий на территории. Ближайший населенный пункт до горы Качканар — поселок Косья, примерно 20 км. При проектировании инфраструктуры, оснащенной всеми современными удобствами цивилизации, стоит учитывать, что эти удобства потребуют огромных инвестиционных вложений. При этом увеличивается срок окупаемости таких проектов. Именно поэтому, несмотря на большой туристский потенциал территории, инвесторы чаще всего не готовы финансировать ее.

В качестве сравнения рассмотрим горный туризм в Европе. Специалист Влатко Андновски дает характеристику туризму в Альпах с точки зрения инфраструктуры, сервиса и качества предоставляемых услуг, сравнивая Альпийские горы с другими горными дестинациями мира. Особенность европейских горных районов заключается в том, что большинство из них уже урбанизировано, то есть многие города и деревни располагаются непосредственно вблизи гор, и провести основные коммуникации здесь не составит особого труда. Например, в знаменитой австрийской горной долине Деферрингталь хорошо развита инфраструктура для туристов: здесь есть гостиницы различной категории и горные хижины, качественно оснащенные трассы для горнолыжного отдыха, оборудованные туристские тропы. Ближайший населенный пункт — деревня Форштау, всего в 930 метрах от курорта. При этом ученый отмечает, что в Австрии около 75 % дохода в туризме приходится на горный и альпийский туризм, а саму страну ежегодно посещает около 41,5 миллиона туристов [2]. А.А. Сафарян, описывая особенности развития горных территорий, также утверждает, что в Австрии и Швейцарии горный туризм является основным и ведущим уже много лет [10]. В литературе туристская инфраструктура в горных дестинациях мира также изучается в контексте проектирования маршрутов. А.Ю. Королев, разрабатывая в своих трудах эталонный метод оценки горных территорий для организации путешествий, обосновывает принципы туристского районирования горных территорий с учетом планирования маршрута, дает характеристику туризму и условий для путешествий на Памире, в Тибете, в Перуанских Альпах и Южных Альпах [5].

Что касается российской действительности, то большая часть нашей страны остается не заселенной и не урбанизированной. Особенность этого касается труднодоступных территорий с нетронутой природой и уникальными природными объектами. В горных районах лучше всего туристская инфраструктура развита на Западном Кавказе от Черного моря до Эльбруса, где построено больше гостиниц, турбаз, домов отдыха, так как основная экономическая специализация этих территорий — рекреация и туризм, и большая часть инвестиций приходится именно на строительство туристско-рекреационных комплексов [11].

В то же время территория Уральских гор также имеет скрытый потенциал для туристской деятельности. Как уже отмечалось ранее, гора Качканар — превосходное место для развития йога-туризма.

Гора Качканар — одна из самых высоких и живописных гор Среднего Урала, она расположена около одноименного города в Свердловской области, примерно в 260 километрах от Екатеринбурга. Гора имеет две вершины — северную и южную, которые называются соответственно «Северный рог» и «Полуденный рог». Каждая из них прекрасна по-своему, с каждой открывается великолепный вид, при этом город Качканар виден лишь с южной вершиной. На вершине горы множество скальных останцев причудливой формы. У многих из них свои собственные названия. Самый известный останец — скала Верблюд. В 1995 году на вершине горы Качканар был создан буддийский монастырь, о котором мы говорили ранее. Его основатель — Михаил Санников. В монастыре построены две ступы, считающиеся святынями. Добраться до этого места можно из города Качканар, поднявшись на южную вершину, пройдя несколько километров до горного озера и Западного Карьера. Далее нужно обойти озеро и выйти на тропинку в сторону монастыря, где на развилке стоит табличка для туристов и гостей «прямо пойдешь — на скалу Верблюд попадешь, направо пойдешь — в монастырь попадешь». На сегодняшний день в Шад Тчуп Линг проживает около 12 человек — монахи и практикующие миряне. Жители очень гостеприимны, предлагают посетителям зайти на чай, с радостью проводят небольшую экскурсию по святыне. Отопление в храме печное, монахи сами готовят дрова, завозят их на собачьих упряжках. Вместо традиционных электросетей используется электрогенератор. Монахи разводят разный скот — овец, коз, собак, кур. Овощи, хлеб монахи привозят самостоятельно из города, также часто гости и посетители монастыря дарят продукты. Монастырь ежегодно посещают сотни туристов с разными целями: паломничество, личный интерес к культуре и истории района, отдых на природе. Многие из них — увлеченные философией йоги, они приезжают на гору для практики и медитации, духовных поисков себя.

В рамках нашего исследования мы предлагаем создание туристского объекта на горе Качканар — стилизованного йога-шалтера для размещения посетителей, чтобы увеличить туристский поток в данную дестинацию и способствовать развитию йога-туризма на Урале. Основная специализация йога-шалтера — предоставление гостям комфортного проживания, ночлега в номерах с аутентичной атмосферой, максимально приближающей к природе и духовным практикам. Внутри йога-шалтера будет находиться комната для приготовления пищи. Возможно проектирование мини-зала для проведения тренировок или выездных се-

минаров с особо важными гостями — йога-лекторами и тичерами из разных городов.

Строительство инфраструктуры со всеми традиционными средствами коммуникации в горах предполагает большие расходы. Основной потенциальный сегмент спроса — это клиенты йога-студий и фитнес-центров Пермского края и Свердловской области, клиенты турагентств и все те, кто любит и практикует йогу. Так, в Пермском крае сегодня насчитывается около 50 йога-студий и йога-школ, в Екатеринбурге — около 90. Это потенциальные клиенты, с которыми в перспективе предполагается реализация услуг йога-шалтера. Наличие туристского объекта для комфортного проживания, такого как йога-шалтер, увеличит в десятки раз поток туристов на гору Качканар. Несмотря на то, что потенциальная аудитория узкая, большой спрос на йога-услуги и популярность этого вида спорта позволяет с уверенностью сказать, что эксплуатация йога-шалтера принесет хорошую прибыль. Это позволит покрыть большие расходы на строительство за короткий срок. Однако, чтобы сделать срок окупаемости минимальным, мы также предлагаем рассмотреть альтернативные источники коммуникаций для экономии затрат на строительство и проектирование.

В качестве альтернативного источника электроэнергии стоит рассмотреть установку электрогенератора или ветряной мельницы. Предполагается, что использование электричества придется на вечерние иочные часы. Кроме этого, гостями могут использоваться свечи для освещения помещения. Это создаст атмосферу уюта и аутентичности, что будет способствовать духовным практикам и отдыху от привычной городской жизни и гаджетов.

Что касается теплоснабжения, то установка отапливаемых печей или теплового ветрогенератора — один из наиболее экономичных вариантов. Печное отопление понадобится в осенне-весенний сезон и в зимнее время, если йога-шалтер будет функционировать круглогодично. Дрова должны быть в таком случае заготовлены заранее, в специально отведенном для этого месте. Для использования воды в бытовых нуждах мы предлагаем установить баки с водой, а вместо газопровода — оснастить специально отведенное для приготовления пищи помещение электроплитами.

Таким образом, данные альтернативные варианты источников тепла, воды и электричества должны позволить сэкономить затраты на проектирование и строительство туристской инфраструктуры на горе Качканар. Наше дальнейшее исследование предполагает изучение особенностей территории и возможностей для строительства здесь туристской инфраструк-

туры, тщательный анализ перечисленных альтернативных средств коммуникаций и выбор из них наиболее оптимальных для нашего случая, а также разработку инвестиционного проекта по строительству туристского объекта на горе Качканар — йога-шалтера.

Библиографический список

1. Абасова Х.У. Развитие туризма и рекреации на горных территориях Республики Дагестан. / Вопросы структуризации экономики. // Изд-во «Некоммерческое партнерство «Научно-аналитический центр Этноэкономика», 2014. С. 315–317.
2. Коновалова Е.Е. Актуальные проблемы въездного туризма. / Сервис в России и зарубежом. // Российский государственный университет туризма и сервиса, 2016. С. 105–208.
3. Королев А.Ю. Эталонные маршруты и оценка туристских возможностей горных территорий: диссертация...канд.геогр.наук / Пермь, 2010. 261 с.
4. Масленников Е.П., Истомин П.И. Маршруты Среднего Урала. / Москва: Физкультура и спорт, 1971. 102 с.
5. Сафарян А.А. Особенности туристских исследований в горных регионах мира//Географический вестник, 2015. № 2 (33). С. 71–77.
6. Храбовченко В.В. Географические особенности развития международного туризма в горных районах Краснодарского края и Республики Адыгея. / Автореферат к диссертации // Краснодар, 2000. С. 30.
7. Bernard Debarbieux, Mari Oiry Varacca. Tourism in Mountain Regions: Hopes, Fears and Realities: Sustainable Mountain Development Series. / The Department of Geography and Environment // University of Geneva, 2014. 110 pp.
8. Vlatko Andonovski. Tourism and Mountain Development. / International Symposium on Mountain Economy Guizhou University of Finance and Economics (GUFE) Guiyang // MAKMONTANA, 2014. 6-8 p.
9. Официальная группа Вконтакте Шад Тчуп Линг. URL: <https://vk.com/club1246003> (Дата обращения: 20.03.2019).
10. Официальный сайт государственного заповедника Басеги. URL: <http://www.basegi.ru/> (Дата обращения: 03.03.2019).
11. Портал о йоге и йога-событиях Хануман. URL: <https://hanuman.ru/yoga-seminary> (Дата обращения: 17.02.2019).
12. Портал Ураловед. URL: <https://uraloved.ru/mesta/sverdlovskaya-obl/gora-kachkanar> (Дата обращения: 28.02.2019).

ПЕРМСКИЙ КРАЙ — РЕГИОН ДЛЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ОТДЫХА

Географическое положение Пермского края, с акцентом на многоснежную зиму, мягкий климат и расчленённый рельеф, позволяет рассматривать его как перспективный регион для горнолыжного отдыха. В статье изучаются географические аспекты, первоначальные особенности появления горнолыжных баз в Пермском крае, а также специфика горнолыжного отдыха. Определяются ведущие горнолыжные базы в Пермском крае, которые делятся на 3 группы: по перепаду высот, уровню сервиса, транспортной доступности от краевого центра г. Перми.

Ключевые слова: горнолыжный отдых, горные лыжи, горнолыжная база, Пермский край.

S.R. Sharifulin

Perm State University

PERM REGION — REGION FOR MOUNTAIN-SKI RECREATION

The geographical position of the Perm region, with an emphasis on a snowy winter, a mild climate and dissected relief allows us to consider it as a promising region for a ski holiday. The article examines the geographical aspects, the initial features of the appearance of ski resorts in the Perm region, as well as the specifics of a ski vacation. The leading ski resorts in the Perm base are defined, which are divided into 3 groups: by elevation, level of service, transport accessibility from the regional center of Perm.

Keywords: ski vacation, skiing, ski base, Perm region.

Горнолыжный отдых необычайно привлекателен для людей, которые посвящают своё свободное время путешествиям и отдыху в горах. Жители Пермского края здесь не исключение.

Как и любой вид досуга, горнолыжный отдых — это возможность сменить привычные условия жизни, поднять эмоциональное настроение, набраться незабываемых впечатлений; кроме того, это экзотический отдых на горных склонах зимой с применением специального снаряжения и инвентаря для спуска с гор.

Мы не ставим задачи рассказать обо всех горнолыжных базах Пермского края, мы лишь выскажем мнение и акцентируем внимание на возможностях Пермского края в удовлетворении потребности горнолыжного катания.

Для развития горнолыжного туризма (отдыха) необходимы соответствующие при-

родные условия, формы рельефа, перепад высот, благоприятный климат и, конечно, требуется соответствующая инфраструктура, обеспечивающая привлекательный и комфортный отдых на лоне природы.

Горные лыжи, сноуборд — это не только захватывающий, но и полезный для укрепления здоровья взрослых и детей вид спортивного отдыха, поскольку физические нагрузки здесь легко дозируются. Чем больше вы катаетесь, тем привлекательнее становится это занятие и тем больше оно доставляет удовольствия. Недаром катание на горных лыжах считается одним из наиболее массовых видов спортивного отдыха зимой.

Спортивный отдых есть не иное, как форма организации активного времяпрепровождения, позволяющая удовлетворить не только естественные биологические потребности, но и некоторые социальные запросы при помощи досуга. Спортивный отдых — это свободное активное времяпрепровождение людей, сложный активный отдых, приятная деятельность, не направленная на получение

какой-либо финансовой выгода, но совмещающая в своем организационном процессе отдых и досуг. При этом спортивный отдых удовлетворяет две основные потребности человека:

1 — восстановление физических сил для последующей трудовой деятельности, т.е. потребность в отдыхе;

2 — получение «духовного» удовлетворения от занятия своим любимым видом спорта в ранге любителя, т.е. удовлетворение потребности в досуге (любимым видом спорта) [3].

Конечно, горнолыжный отдых относится к разряду «дорогих», но, тем не менее, доступных для широких масс населения услуг. К примеру, дорогами курортами Прикамья считаются «ГЛЦ «Губаха» в г. Губаха и «ГКЛ «Такман» в г. Чусовом. В современных условиях совсем необязательно иметь собственное горнолыжное снаряжение, хотя бы потому, что не все любители этого зимнего времяпрепровождения фанаты. Любая более-менее обустроенная горнолыжная база, предложит своим гостям необходимый инвентарь на прокат и сопутствующий сервис, разница только в количестве и ассортименте имеющегося инвентаря.

В горнолыжном туризме, как правило, дифференциация происходит исходя из использования инвентаря: горные лыжи, сноуборд, сноутюбинг, скиборд. Однако помимо стандартного, на горнолыжных базах чаще предлагают в прокат: беговые лыжи, коньки, снегоходы и прочее снаряжение для зимних забав.

Выбор места катания зависит от доступности и уровня комфорtabельности того или иного горнолыжного места. Предпочтения отдыхающих определяются их достатком, способностями, возрастом. Само «катание» может быть экстремальным, или классическим, все обусловлено желанием и индивидуальными возможностями, «частотностью» тренировок. Следует иметь в виду, что горнолыжный отдых содержит в себе долю опасности для здоровья, поэтому помимо знания теории о технике и «секретах» катания необходимо быть очень внимательным и соблюдать правила поведения на склоне FIS (Federation Internationale de Ski — международная федерация лыжного спорта) [15]. Поскольку спуск с гор не всегда может быть проконтролирован, нужно помнить, что многое зависит от самих горнолыжников. На первоначальных этапах обучаться лучше с профессиональным инструктором, который покажет элементарные приёмы и обратит внимание на ошибки новичков.

Горнолыжные базы Прикамья отличаются специфической привлекательностью и более доступны для местных жителей, поскольку расстояние до места отдыха имеет немаловажное значение. Жителю Пермского края не нужно

тратить значительные средства и время на удовлетворение своей потребности в горнолыжном отдыхе. Любой любитель или профессионал может подобрать подходящий склон для катания у себя в крае и не выезжать за его пределы, чтобы отдохнуть в течение выходных дней.

Географическое положение Пермского края позволяет рассматривать его как потенциально перспективный регион для горнолыжного отдыха. Богатая природа, многоснежная зима и мягкий климат наряду с расчленённым рельефом представляют все возможности для развития горнолыжного отдыха. Этому способствуют следующие факторы:

- комфортные для самочувствия высоты — от 100 до 500 м над уровнем моря;
- естественная продолжительность сезона — 5–6 месяцев;
- разнообразные существующие трассы длиной до 1,5 км с перепадом высот до 280 м, а также потенциальные длиной до 3 км с перепадом высот до 600–700 м (Тулымский камень).

К климатическим условиям, способствующим развитию горнолыжного туризма Прикамья, можно отнести:

1) значительную продолжительность зимнего периода, пригодного для горнолыжного туризма, — с ноября по апрель, а в северо-восточных районах области — с середины октября по середину апреля;

2) приемлемый температурный режим в этот период — умеренно-низкие температуры в пределах от -10°C до -16°C в самые холодные месяцы года (декабрь, январь) — не является лимитирующим фактором;

3) раннее установление снежного покрова, особенно в северо-восточной части региона;

4) преобладание антициклональной циркуляции в зимний период, что обуславливает ясную или малооблачную погоду без существенных осадков со слабыми или умеренными ветрами, что способствует хорошей видимости, не препятствует катанию на горных лыжах.

На сегодняшний день в Прикамье насчитывается 21 горнолыжная база для катания, это порядка 45 км трасс: Бардымский район («БО «Ашатли-Тулва»); Добрянский район («ГК «Ельники», «ЦАО «Полазна»); г. Губаха («ГЛЦ «Губаха»); г. Краснокамск («ГБ «Увал», «ГТК «Гора Майская»); Осинский район («ЛБ «Александровка», «ГБ «Мышелка»); г. Лысьва («ГК «Лысьва»); г. Кунгур («ГБ «Светлячок»); Кунгурский район («ЦО «Калинино»); с. Уинское («ГБ «Гора Светлая»); Пермский район («ГК «Жебреи», «ГБ «Гора», «ГК «Иван-Гора», «ПаО «Юго-Камские горки», «ГК «Глушата»); г. Чайковский («Центр «Снежинка»); г. Чусовой («ГК «Такман», «ГЛЦ «Огонёк») и «ГК «Демидовские холмы» в санатории Демидково.

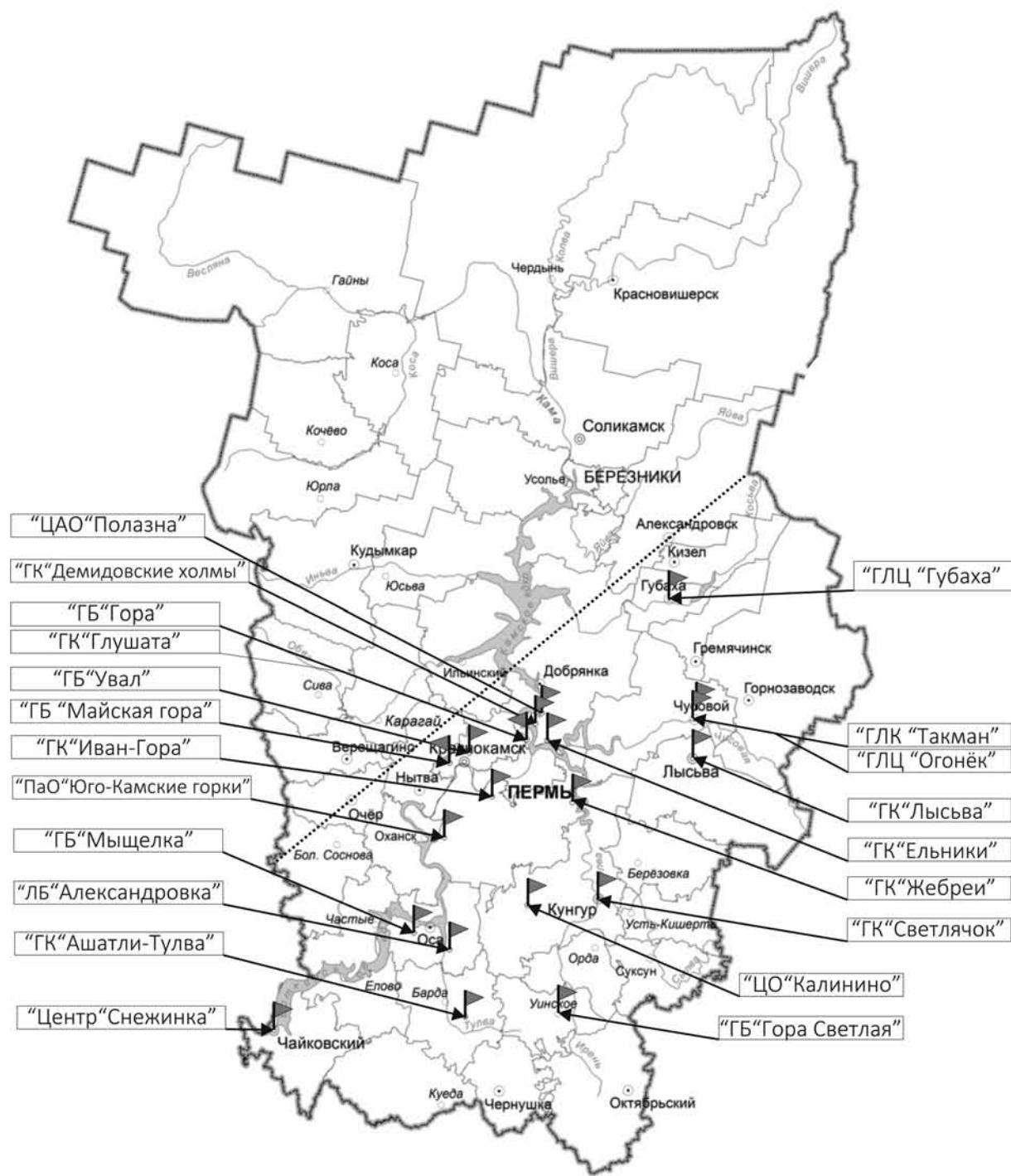


Рис. 1. Горнолыжные базы Пермского края

Отметим все существующие горнолыжные базы Прикамья на карте Пермского края (см. рисунок 1) и проведем схематично прямую через города Очёр и Александровск, приходим к выводу, что горнолыжная сфера развивается в основном на юго-восточной части края, не затрагивая северо-западной части. Это объясняется, возможно, отсутствием в первую очередь исторического подтекста развития территорий, во-вторых, инвестиций и интереса местного населения. Многие популярные сегодня места катания находятся (развиваются) на историче-

ски горнолыжных территориях, где развивалась советская школа горнолыжного спорта (города Чусовой, Губаха, Лысьва, Чайковский).

Все горнолыжные базы горнолыжного катания в Пермском крае можно разделить на три группы (по перепаду высот, уровню сервиса, транспортной доступности от краевого центра г. Перми).

В составе первой группы выделим несколько ступеней. К первой ступени отнесем «ГЛЦ «Губаха» г. Губаха с высотой 310 м., вторую позицию занимает «ГЛК «Такман» г. Чусовой

Таблица

Расстояния от краевого центра (г. Пермь) до горнолыжных баз Пермского края

№	Местонахождение	Наименование горнолыжной базы	Расстояние от центра ПК (г. Пермь) до ГБ
1	п. Гамово, Пермский район	«Горнолыжный комплекс «Иван-гора»	31 км
2	д. Жебреи, Пермский район,	«Горнолыжный комплекс «Жебреи»	37 км
3	с. Глушата, Пермский район	«Горнолыжная база «Гора»	40 км
4	д. Глушата, Пермский район	«Горнолыжный комплекс «Глушата»	40 км
5	п. Ельники Добрянский район	«Горнолыжный комплекс «Ельники»	44 км
6	г. Краснокамск	«Горнолыжная база «Увал»	45 км
7	п. Полазна, Добрянский район	«Центр активного отдыха «Полазна»	46 км
8	д. Демидково, Добрянский район	«Горнолыжный комплекс «Демидовские холмы»	51 км
9	п. Майский, Краснокамский район	«Горнолыжный туристический кемпинг «Майская гора»	53 км
10	п. Юго-Камский, Пермский район	«Парк активного отдыха «Юго-Камские горки»	58 км
11	г. Кунгур	«Горнолыжный комплекс «Светлячок»	91 км
12	с. Калинино, Кунгурский район	«Центр отдыха «Калинино»	100 км
13	д. Новая, Осинский район	«Лыжная база «Александровка»	130 км
14	г. Чусовой	«Горнолыжный курорт «Такман»	145 км
15	г. Чусовой	«СДЮШОР Огонек им. Л.Д. Постникова»	150 км
16	д. Подгородище, Осинский район	«Горнолыжная база «Мышелка»	150 км
17	г. Лысьва	«Горнолыжный комплекс «Лысьва» в составе МБУ «Спортивная школа»	165 км
18	п. Ашатли, Бардымский район	«Горнолыжный комплекс «Ашатли-Тулва»	180 км
19	с. Уинское	«Горнолыжная база «Гора Светлая»	180 км
20	г. Губаха	«Горнолыжный центр «Губаха»	210 км
21	г. Чайковский	«Федеральный центр подготовки по зимним видам спорта «Снежинка» им. А.А. Данилова»	313 км

(200 м.). Следующую ступень разделили между собой горнолыжные базы с перепадом высот от 100 м. до 130 м. — это «ГЛЦ «Огонёк» в г. Чусовой (125 м.), «ГК «Жебреи» (110 м.), «ГК «Ашатли-Тулва» (102 м.), «ПаO «Юго-Камские горки» (100 м.). Все остальные горнолыжные базы имеют перепад высот менее ста метров.

Критерием разделения горнолыжных баз по уровню сервиса послужило наличие средств размещения, мест питания, количество и разнообразие трасс и дополнительных услуг, причем учитывалась только возможность (на основании заявленных в сети интернет) предоставления данных услуг, а не их качество и объём. Места расположились в следующем порядке: первое место делят «ГЛЦ «Губаха», «ГЛК «Такман», далее «ГК «Жебреи», «БО «Ашатли-Тулва», «ГК «Иван-Гора», «Центр «Снежинка», в г. Чайковский, следом идет «ЦО «Калинино», «ЦАО «Полазна», «ГК «Увал». Заключают вторую группу все остальные горнолыжные базы края.

Развитие любого туристского объекта зависит в первую очередь от географического

местоположения. Благодаря тому, что г. Пермь относится к числу городов-миллионеров и является краевым центром, транспортную доступность целесообразнее определять от этого населённого пункта. На первом месте — группа горнолыжных баз, расположенных в Пермском районе и на расстоянии до 50 км от г. Перми, далее — базы на расстоянии от 50 до 100 км и, наконец, с учетом транспортной доступности базы от 100 до 320 км (см. таблицу).

Базы развиваются медленно и неравномерно по сравнению с современными и популярными российскими курортами (например, «Абзаково», «Шерегеш»); к тому же постоянно меняющиеся предпочтения горнолыжников заставляют предпринимателей (управляющих) вносить все новые и новые изменения в свой сервис, по ходу деятельности вызывая «гонку» за удовлетворением потребностей горнолыжников. В большинстве случаев горнолыжная база рассматривается и владельцем, и управляющим в основном лишь как средство получения прибыли при отсутствии существенных

и долгосрочных планов развития, что служит препятствием к дальнейшему успешному развитию горнолыжного туризма края. Причина, во-первых, в отсутствии плана развития горнолыжного отдыха на краевом и местном уровнях, с одной стороны, а с другой – изменчивый спрос на горнолыжные услуги. Сегодня предоставление возможности только «катания» становится недостаточным для привлечения туристов и экскурсантов.

Перспективным является создание на горнолыжных курортах специальной зоны катания для детей: учебные склоны для начинающих, детские горнолыжные городки, огороженные и оборудованные детским инвентарем. Зоны катания для детей позволят расширить клиентскую базу горнолыжного центра и сделает комплекс более привлекательным для семейного отдыха [4].

Необходимо вводить новые услуги, сохранив при этом «изюминку» места и повышая уровень сервиса существующих продуктов. К примеру, расширение услуг проката «снежной» техники (детские сноутюбинги, снегокаты, снегоходы и т.п.) уже успешно осуществляется на некоторых базах края, кроме того, имеется возможность в некоторых местах посетить музей или пещеру.

Необходима комплексность в развитии спортивного отдыха в Пермском крае, создание дополнительных досуговых зон на местном уровне (комплекс спортивно-развлекательных услуг, маршруты к достопримечательностям и памятникам района, где находится база). Причем, среди всех профильных видов из ныне существующих инфраструктурных объектов в загородной местности Пермского края горнолыжные базы имеют наибольшие основания преобразоваться в перспективе в широкопрофильные туристские комплексы и стать узлами маршрутной сети [1].

Организация таких мероприятий должна происходить при поддержке местных администраций районов, а не только под её контролем. Местные власти должны выступать как союзники и посредники между фирмами, частными предпринимателями и другими заинтересованными лицами, развивающими туристские объекты (горнолыжные базы, гостиницы, транспортные компании, места общественного питания, развлекательные центры и т.д.). Комплексное и слаженное развитие горнолыжных районов, как уже существующих, так и перспективных направлению зависят от политики администраций, к территории которых относятся горнолыжные туристские объекты.

Индустрисия горнолыжного отдыха развивается, как и индустрия туризма, рекордными темпами: появились многочисленные специ-

ализированные магазины, точки продаж и проката горнолыжного снаряжения, одежды, аксессуаров и др., организованы информационные источники, знакомящие заинтересованных в горнолыжной тематике людей, с местами отдыха, правилами, техникой катания и многим другим. Выпускаются всевозможные рекламные материалы и, конечно, интернет-сайты и страницы в социальных сетях. Обустройство новых и усовершенствование существующих мест отдыха, курортов для удовлетворения потребностей в горнолыжном отдыхе, свидетельствует о высокой популярности горнолыжного отдыха. Есть надежда, что наступят те времена, когда и в Пермском крае, в России в целом большая часть населения будет проводить свободное время на универсальных горнолыжных комплексах рядом с домом (в центрах с разнообразными услугами высокого сервиса). В каждом уголке нашей страны есть свои горнолыжные базы («горки», курорты), и их количество возрастает с каждым годом.

Сервис и уровень подготовленности (безопасности) склона — первооснова хорошего горнолыжного отдыха. Кроме того, качество трассы служит визитной карточкой горнолыжного предприятия. В результате лучшими по мнению автора (район, доступность, подготовка трасс и сервис) признаны «ГЛК «Такман» в г. Чусовой, «ГЛЦ «Губаха» в г. Губаха, «ГК «Жебреи» в Пермском районе.

И в заключение подчеркнем, что горнолыжный отдых — это полезное зимнее времяпрепровождение, меняющее многих в эмоциональном и физическом отношении, определяющее здоровый образ жизни.

Библиографический список

1. Зырянов А.И. Горнолыжные базы — перспективные туристские доминанты Пермского края/Туризм в глубине России: сб.тр. IV Всерос. науч. семинара, Пермь, 2016. С. 127-130.
2. Зырянов А.И. Профильные туристские дестинации // Вестник СПбГУ. Науки о Земле. 2017. Т. 62. Вып. 3. С. 254–265. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu07.2017.303>
3. Шарифулин С.Р. Спортивный отдых — составляющая туризма / География и Туризм, Пермь, 2009 № 7. С. 87–94.
4. Шилова Д.И., Фирсова А.В. Горнолыжные занятия для дошкольников: особенности организации // География и туризм: сб. науч. тр./ Перм. гос. нац. иссл. ун-т. — Пермь, 2015. Вып. 14. С. 106 –114.
5. Сайт турбазы «Ашатли Тулва». URL: <http://www.ashatly.ru/> (дата обращения 12.03.2019).
6. Сайт горнолыжной базы «Гора». URL: <http://www.gora-perm.ru/gora-snow/> (дата обращения 20.03.2019).
7. Сайт горнолыжного комплекса «Глушата» URL: <http://www.glushata.ru/> (дата обращения 12.03.2019).

8. Сайт горнолыжного центра «Губаха». URL: <https://gubahasport59.ru/> (дата обращения 25.03.2019).
9. Сайт горнолыжного комплекса «Демидовские холмы» URL: <https://demidkovo.ru/tseny/gornolyzhnyy-kompleks/> (дата обращения 25.03.2019).
10. Сайт горнолыжного склона «Ельники». URL: <http://www.elniki.com> (дата обращения 20.03.2019).
11. Сайт горнолыжного комплекса «Жебреи». URL: <http://gebrei.graphitestudio.ru> (дата обращения 20.03.2019).
12. Сайт горнолыжной базы «Иван-Гора». URL: <http://www.ivan-gora.ru/> (дата обращения 12.03.2019).
13. Сайт базы отдыха «Калинино». URL: <http://kalinino.ru/> (дата обращения 25.03.2019).
14. Сайт горнолыжной базы «Майская гора» URL: http://xn--80aaal2aglvsf0n.xn--p1ai/winter_holidays/ (дата обращения 20.03.2019).
15. Сайт международной федерации лыжного спорта. URL: <https://www.fis-ski.com/en/inside-fis/document-library/general-regulations> (дата обращения 25.03.2019).
16. Сайт СДЮШОР «Огонёк» имени Л.Д. Постникова URL: <http://огонёк-чусовой.рф> (дата обращения 18.03.2019).
17. Сайт центра активного отдыха «Полазна» URL: <http://polazna.ru/> (дата обращения 12.03.2019).
18. Сайт федерального центра подготовки по зимним видам спорта «Снежинка» им. А.А. Данилова URL: <http://snezhinka.chifk.ru/> (дата обращения 25.03.2019).
19. Сайт горнолыжного курорта «Такман». URL: <http://www.takman.ru/> (дата обращения 25.03.2019).
20. Сайт туристско-информационного центра Пермского края URL: <http://visitperm.ru> (дата обращения 25.03.2019).
21. Сайт парка активного отдыха «Юго-Камские горки» URL: <http://ugo-kamsk.ru/> (дата обращения 25.03.2019).
22. Интернет страница горнолыжной базы «Гора Светлая» в социальной сети ВКонтакте. URL: <https://vk.com/club15692156> (дата обращения 25.03.2019).
23. Интернет страница горнолыжного комплекса «Лысьва» в составе МБУ «Спортивная школа» в социальной сети ВКонтакте. URL: <https://vk.com/dusshlysva> (дата обращения 25.03.2019).
24. Интернет страница горнолыжной базы «Мышелка» в социальной сети ВКонтакте. URL: <https://vk.com/club61151729> (дата обращения 25.03.2019).
25. Интернет страница горнолыжной базы «Увал» в социальной сети ВКонтакте. URL: <https://vk.com/uvalication> (дата обращения 25.03.2019).

ЭКСКУРСИОННЫЙ ПРАКТИКУМ

Л.В. Макарцева, Ю.В. Преображенский

Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского

УДК 911.375.6

ХРОНОТОП ГОРОДА В ТУРИСТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ СТРАНЫ (НА ПРИМЕРЕ Г. САРАТОВА)

Изучение восприятия города горожанами и жителями других населённых пунктов становится важным в свете задачи привлечения туристов и развития культурного пространства, актуальной для многих российских городов. Для её решения предлагается рассматривать современный город как сумму городских хронотопов — наиболее примечательных его особенностей, отмечаемых в тот или иной период. Смена хронотопов Саратова рассматривается как с содержательной стороны, так и в отношении территориальных сдвигов центра города, связанных с изменением городской специализации. Выявлены основные районы города, на разных этапах формирующие представление о Саратове. Перспективы привлечения туристов связаны с погружением в хронотопы города в процессе экскурсии.

Ключевые слова: хронотоп города, туристическое пространство, экскурсия, Саратов, городской район, архитектурные доминанты, городская специализация.

L. V. Makarceva, Yu. V. Preobrazhenskiy
Saratov State University

THE CHRONOTOPE OF THE CITY IN THE TOURIST AREA OF THE COUNTRY (ON THE EXAMPLE OF SARATOV)

The study of the perception of the city by citizens and residents of other settlements becomes important in the light of the task of attracting tourists and improving the cultural space, relevant for many Russian cities. To solve this problem, it is proposed to consider the modern city as the sum of urban chronotopes — the most remarkable features of it, observed in a particular period. The change of Saratov chronotopes is considered both from the content side, and in relation to the territorial shifts of the city center associated with the change of urban specialization. Identified the main areas of the city, at different stages forming the idea of Saratov. Prospects for attracting tourists are associated with immersion in the chronotopes of the city during the tour of the city.

Keywords: chronotope of the city, excursion, Saratov, urban area, architectural dominants, urban specialization.

© Макарцева Л.В. Преображенский Ю.В., 2019

Макарцева Людмила Валентиновна,

к. геогр. н., доцент кафедры экономической и социальной географии Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, milamak05@mail.ru

Преображенский Юрий Владимирович,

к. геогр. н., доцент кафедры экономической и социальной географии Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, topofag@yandex.ru

Введение. Города как ядра историко-культурного пространства, притягивающие туристов, многообразны в своих проявлениях. Репрезентация этого многообразия предстаёт значимой задачей, для которой важным является язык описания и общая его схема. На наш взгляд, историко-культурное содержание города наиболее полно может быть описано с применением подхода на основе выделения и прослеживания трансформации хронотопа

города. Подобный подход позволяет вскрыть исторические, культурные, архитектурные, семиотические пласти города, во-первых, достаточно цельно, а во-вторых, привязав их к определённым районам города.

Туристическая экскурсия, построенная на основе этого подхода, становится своеобразной «машиной времени». Если в старых городах, наиболее аттрактивных для туристов, хронотопы города представлены в чистом виде, то хронотопы многих менее известных городов наложены друг на друга, разглядеть их отчётливо мешает «белый шум» недавних перестроеек и современной деятельности, в том числе медийной. Выявить ключевые доминанты хронотопа становится сложной задачей.

В общем виде хронотоп является субъективно выделяемой пространственно-временной ячейкой для определённых событий [2, с.65]. По хорологическому признаку можно выделить «топосы» разной размерности. Современный город, представляя собой целый конгломерат хронотопов более низкого порядка (дворов, кварталов, площадей, заводов и парков), неоднороден. Эта неоднородность есть результат развития предыдущих этапов.

Современный городской хронотоп сохраняет до некоторой степени предшествующие хронотопы, однако в территориальном аспекте скорее следует говорить об «...осевом хронотопе, относительно которого «разворачивается» остальной город. Таким осевым хронотопом может быть старое ядро города в виде кремля, река и мосты через неё» [2, с.68]. Упомянутая ось хронотопа во многом соответствует осям культурного пространства. Как отмечает В.Г. Туркина, «...город существует в двух ипостасях: ... как реальность, воплощенная в камне, в формате овеществленных пространственных решений, и как предмет рефлексии в пространстве мышления, субъектом которой становится те, кто осваивает город и выстраивает его культурный ландшафт у себя в представлении, памяти» [7, с.125]. Культурный ландшафт отражен на различных артефактах памяти: фотографиях, магнитах и пр. Часто лицом города становится т.н. скайлайн, то есть характерные очертания города со стороны моря, берег реки с узнаваемыми формами зданий и сооружений.

С другой стороны, город можно описать как сумму локальных хронотопов, каждый из которых пребывает в своём времени. Здесь мы сталкиваемся с феноменом гетерохронности городского пространства: различия во времени постройки микрорайонов создают как бы машину времени. Точечная застройка последних лет во многом, конечно, нарушила эту гетерохронную мозаику [5, с.69]. Современная беспорядочная застройка изменила представ-

ление о Саратове как об одном из старинных русских губернских городов на Волге: теряя свою идентичность во времени, город превращается в заурядный областной центр.

Подобная картина характерна для многих российских городов в последние десятилетия.

Хронотопы Саратова и их ядра. В истории Саратова отчётливо выделяется несколько периодов, на протяжении которых город имеет разное «лицо», вызывает разные ассоциации. Важно подчеркнуть, что указанные стадии городской презентации имеют определённые пространственные контуры, различные районы в то или иное время становятся характерными «представителями» Саратова (см. таблицу).

Рассмотрим указанные в таблице хронотопы более содержательно.

Саратов первоначальный. Ядром города на первом этапе можно считать пересечение двух основных дорог: Московской, идущей перпендикулярно Волге, и Большой Царицынской (ныне ул. Чернышевского), пролегающей параллельно реке. Именно они во многом определили современную конфигурацию дорожной сети города. В месте, где эти две улицы смыкались, появилась Старособорная (ныне Музейная) площадь.

Саратов соляной. К XVIII веку Саратов становится перевалочным пунктом по перевозке и торговле солью. В 1747 году было учреждено соляное управление, активно строились соляные амбары, лабазы, магазины по Московской. Доход в этот период Саратову приносил и рыбный промысел: рыбу ловили, коптили, солили, продавали. Напоминает об этом периоде сохранившее свое первоначальное название улица Соляная и Бабушкин взвоз (по фамилии купца Бабушкина, имевшего там рыбные амбары). Использование реки в виде основного торгового пути обусловило концентрацию деловой активности на прибрежных волжских террасах. Город представлял компактный центр с взвозами и улицами, идущими вдоль Волги. В настящее время все взвозы города утратили свое историческое предназначение, остались лишь три (Бабушкин, Князевский, Троицкий).

Городская жизнь, однако, не ограничивалась одной лишь торговлей. Строились церкви. Так, посреди главной площади была построена каменная Троицкая (ныне действующая) вместо деревянной, у базара — Никольская, в Солдатской слободе — Духосоштвенская (ныне действующая), у Московских ворот при выезде из города — часовня, на Старособорной площади был построен Гостиный двор. Тем не менее, в этот период Саратов носит черты провинциального города. Именно сюда, «в деревню, в глушь» грозится послать один герой

Таблица

**Основные хронотопы Саратова в культурно-историческом прошлом
и представляющие их районы**

Название хронотопа	Известная марка, продукт, представляющие город	Архитектурные доминанты	Район города
<i>Саратов первоначальный</i>	неизвестно	не сохранились	точное место неизвестно из-за переноса места основания города; но после 1590 года появляются первые слободки (новые застроенные участки)
<i>Саратов соляной</i>	соль, рыба	Свято Троицкий собор, Духосошественская церковь	<i>Район берега Волги</i> Армянский, Бабушкин, Введенский, Казанский, Московский, Троицкий, Щетининский, Часовенний взвозы прилегающие к Волге, улицы Московская, Царицынская, Валовая, Соляная, Воздвиженская, Мещанская, Сергиевская
<i>Саратов раннепромышленный (фабричный)</i>	канаты, снасти для рыбной ловли, мука, масло, табак, колокола, сарпинка, тулупы	сохранившиеся первые купеческие особняки	<i>Торговый район</i> Хлебная, Гостиная площади, улицы Никольская, Полицейская, Малая Царицынская
<i>Саратов — город служилых людей, переселенцев</i>	саратовская гармошка	церкви, часовни фрагментарно сохранившаяся архитектура, чугунные решетки, люки, балконы	<i>Слободской район</i> Немецкая, Татарская Казачья слобода, улицы Кузнечная, Мясницкая, Тулупная Армянская, Вознесенская, Покровская, Миллионная Садовые
<i>Саратов индустриальный</i>	продукция электронного машиностроения, авиастроения (Як-40, Як-42)	промышленная (заводская) архитектура, панельные жилые дома	<i>Новые рабочие районы или индустриальные районы</i> Заводской, Ленинский
<i>Саратов постсоветский</i>	образовательные услуги	моллы, торговые центры, пешеходная зона	<i>Спальные районы</i> Солнечный 1-2, Юбилейный, Иволгино, Изумрудный, Звезда

Грибоедова другого. Однако это представление о городе, как это часто бывает, уже «отстает» от реального положения дел.

В дальнейшем, во второй половине XVIII и в XIX веке, становясь большим и значимым центром Нижнего Поволжья, Саратов предстаёт в виде «сборного» хронотопа, из которого сложно однозначно выделить определённый¹. Он складывается из проявлений деятельности разных слоёв общества, этносов и локализован в различных районах города. Поэтому два нижеописанных хронотопа сосуществовали в один временной период, накладываясь и дополняя друг друга, но не сливаюсь в полной мере.

Саратов раннепромышленный (фабричный). Имея выгодное географическое положение (через город проходил торговый путь от Москвы до Астрахани), Саратов становится центром торговли, а также развития ремесел. В середине XVIII из ремесленных цехов возникают шелковая и чулочная фабрики, мыловаренный завод, налаживается производство канатов, веревок, снастей для волжского судоходства.

Развиваются такие промыслы, как рыбопромышленный, позже мукомольный, хлеботорговый, маслобойный (фабрика Шумилина), табачный, мануфактурный (производство сарпинки), среди народных промыслов выделялось производство саратовской гармошки с колокольчиками, пошив тулузов. Возникают заводы: кирпичный, колокольный (завод Гудковых), чугунолитейный, кожевенный, табачные фабрики Штафа, Левковича, выпускавшие про-

¹ Показательно, что известные краеведы В.Н. и Н.Н. Семеновы называли свои книги о Саратове по существовавшим сословиям (Саратов мещанский, купеческий и пр.).

дукцию известную за пределами края. О прошлом напоминают сохранившиеся названия улиц города: Кузнечная, Мясницкая, Тулупная.

К этому времени сформировался класс купечества. Растущие купеческие капиталы вкладывались в строительство паровых мельниц, первых заводов, мануфактур, торговых, доходных домов, особняков в центре города. Город расширяет свои границы, застройка продолжается уже за городским валом.

В планировку города вносится новая деталь — разбивка садов, парков (ныне Липки, городской парк). В их создании большую роль сыграло дворянство, благодаря которому садовые участки охватили город полукольцом. Появились Садовые улицы. Дома, построенные в стиле классической архитектуры, способствовали формированию образа Саратова как губернского города, но с провинциальными чертами.

В этот период Саратов предстаёт солидным городом, с явно узнаваемым хронотопом. Так известный писатель К. Федин описывает его как «город сарпинки, отставных генералов и мучных королей» [8].

Саратов — город служилых людей, переселенцев. Саратов ещё в качестве опорного оборонительного и промыслового центра привлекал переселенцев. К служилым людям, которые населяли город, относились татары, мордва, чуваши, т.е. коренные народы Поволжья, позже украинцы. Развитие первых производств, ремесел, торговли ещё более способствовало притоку населения из других регионов. Так, появились в городе слободы татарская, немецкая, казачья.

Татарская слободка находилась за чертой города (современная улица Татарская, а также район Глебучева оврага). Там и была построена первая в городе мечеть.

На окраине города (ул. Немецкая, ныне проспект им. С. Кирова) поселились немцы-колонисты, которые внесли большой вклад в развитие промышленности (сарпиночное, муко-мольное, табачное, мануфактурное производство), торговли, архитектуры (католический собор, лютеранская церковь), культуры, образования Саратова. До сих пор в центральной части города сохранились особняки крупных немецких мучных королей: Бореля, Рейнике, Шмидта. К сожалению, многие дома, кирхи, kostely утрачены. Уже в конце XIX века немецкое население по численности было вторым среди этнических групп.

Караульную службу в Саратове несли казаки (вольные люди), которые жили большими семьями и обосновались на Большой Казачьей и Малой Казачьей (ныне Яблочкова) улицах, здесь и образовалась казачья слободка. В те-

времена в городе существовали и другие слободки, которые получали название по разным чинам и званиям, например Солдатская слободка, Введенская, Покровская.

На конец XIX века приходится расцвет Саратова во многих сферах (фабрично-заводская промышленность, торговля, пароходство, образование: земские, товарищеские школы, народное, духовное училища, духовная семинария, первая газета, библиотека, платный театр, земская больница). Это одновременно промышленный, торговый центр, наравне с Н. Новгородом главный город Поволжья. При этом он имеет узнаваемое лицо, связанное с деятельностью немцев и других народов.

Саратов индустриальный. В межвоенный период Саратов понемногу уступает другим городам Н. Поволжья и по числу жителей, и по хозяйственной значимости. В послевоенный период он предстаёт в виде индустриального центра. Среди ведущих предприятий, выпускающих известную за пределами региона продукцию, были авиационный завод, подшипниковый завод, станкостроительный завод, а также предприятия оборонной промышленности — радиоэлектронные и приборостроительные (так называемые нумерные заводы, которые в основном располагались в Ленинском районе). Появляются и другие градообразующие предприятия: комбайновый завод, который позже будет переориентирован на производство авиационной техники, нефтеперерабатывающий, химический в Заводском районе.

Хронотоп города уже не столь привязан к берегу Волги, он отодвигается от неё и обретает индустриальные черты. В это время главный архитектурной доминантой, представляющей Саратов среди других городов, становится мост через Волгу.

Саратов постсоветский. В перестроечные годы меняется лицо города. Большинство предприятий перестали существовать (или превратились в складские, торговые или развлекательные комплексы, помещения), многие изменили свой профиль. Из промышленного центра Саратов, расширяя свои границы, превратился в город новых спальных микрорайонов (Солнечный 1-2, Юбилейный, Иволгино, Изумрудный, Звезда), торгово-развлекательных центров, обслуживающей сферы.

В этой трансформации видны попытки города обрести новое лицо. При этом он идёт по пути сочетания локального и глобального. С одной стороны, предпринимаются попытки сохранить уникальное наследие прежнего времени (дореволюционного), с другой стороны, город старается вписаться в глобальный контекст. Однако и тот, и другой пути выполняются только частично. Средств бюджета не

хватает на поддержку зданий XIX века, они разрушаются практически везде помимо центральных улиц. Каждый новый хронотоп достаточно нетерпеливо относился к хронотопу предыдущему: старые здания сносились (или просто приходили в упадок), городское пространство перекраивалось, усиливались диспропорции в визуальной, звуковой и ольфакторной среде.

В целом, однако, в Саратове частично удалось сохранить черты хронотопа XIX века (фабричного и города переселенцев), хотя, скорее следует говорить, что на их репрезентацию перестали обращать внимание, что привело и приводит к разрушению двухэтажных (как правило) купеческих особняков. Едва ли не большее разрушение постигло промышленные сооружения XX века, в которых производилась продукция, сделавшая Саратов одним из главных индустриальных центров страны.

Характерно возвращение практик XIX века на площадях города, прежде всего на Театральной площади (в советское время Революции), в постсоветское время на ней вновь стали устраиваться ярмарки, что было невозможным на протяжении большей части XX века.

Постсоветский Саратов становится своеобразным местом для временного проживания, промежуточной остановкой (между Уральском и Москвой, между Ртищево и Петербургом). Этот хронотоп Саратова торговый, здесь люди едут из Солнечного района на работу в магазин или в кол-центр.

В настоящее время «лицо» города, выражающего текущий хронотоп, мы фиксируем в том числе в ходе опроса, определяя наиболее престижный район. Так, две трети опрошенных констатируют, что наименее престижный район города — Заводской, около одной четверти — Ленинский, а 6 % считают, что непрестижно всё кроме центра [3, с.50]. Здесь следует помнить, что яркий негативный имидж района — это тоже признак современного хронотопа города.

Таким образом, Саратов, превратившись в конце XIX века из «деревни и глухи» (вспоминая Грибоедова) в третий город в границах современной России (по переписи 1897 года) и один из крупнейших промышленных центров СССР, в девяностые годы в сознании соотечественников вновь стал обретать провинциальные черты (причём стал восприниматься даже как некий образец типичной провинции).

Сказанное выше предполагает, что в процессе разработки экскурсионного маршрута важно учитывать презентации различных городских хронотопов, в идеале от самых дав-

них до современного. Это позволяет совершить своего рода путешествие во времени. Многие города, подобно Саратову, основанные у реки, расширялись параллельно и перпендикулярно ей, поэтому особенно удобно начинать экскурсии для туристов на берегу.

Для Саратова точкой отсчёта является Музейная площадь, расположенная, что характерно, в трёх минутах ходьбы от речного вокзала, на ней архитектурной доминантой является Свято-Троицкий собор. Далее по маршруту набережная Космонавтов, где очередность хронотопов несколько нарушается. Здесь просматривается хронотоп индустриальный с элементами постсоветского периода (гражданская архитектура 60-х и 70-х годов, памятники Ю. Гагарину, К. Федину). Улица Волжская и проспект им. Кирова (местный Арбат) до пересечения с ул. М. Горького включают три хронотопа — соляной, раннепромышленный (фабричный) и служилых людей, переселенцев с сохранившимися купеческими особняками, зданиями дореволюционной постройки, точечной современной гражданской архитектурой. На этом отрезке маршрута обращают на себя внимание архитектурный ансамбль архиерейского подворья и храм «Утоли мои печали», а также здание консерватории с готическими элементами. Силуэт этого здания служит эмблемой саратовской архитектуры [4, с.25].

При удалении от реки на отрезке от ул. М. Горького до площади им. Кирова просматривается хронотоп раннепромышленный, индустриальный и постсоветский. Отдельные здания представлены в стиле неоклассицизма (здание бывшего ломбарда), монументальной архитектуры (бывшая гостиница Астория) и конструктивизма (здание Крытого рынка). Современному городу, особенно его центральной части, в настоящее время свойственны арт-объекты («Городовой», «Саратовская гармошка», «Одноклассники» и др.), представляющих собой фото-остановки в ходе экскурсии.

Закольцевать маршрут позволит ул. Московская, на которой представлены практически все городские хронотопы.

С другой стороны, за пределами такого экскурсионного маршрута остаётся, например, мемориальный комплекс на Соколовой горе, входящий в стандартную городскую экскурсию [1, с.60].

Заметим, что хронотоп города не ограничивается одной только характерной архитектурой, а представлен также в характерных практиках соответствующего периода. Соглашаясь с концепцией создания пешеходных пространств в Саратове, мы полагаем, что она требует обязательного дополнения в виде пространства социального [3, с.25]. Таким об-

разом, нам видится своеобразная «достройка» существующего городского пространства в виде «оригинальных социальных практик, событийного туризма на предполагаемых осиях» [5, с.20].

Интересной формой реализации такой концепции может служить предлагаемая О.В. Терентьевой идея «...формирования культурных осей и зон как площадок для игры, — мест, где общение, образование, осуществление услуг происходит в игровой форме» [6, с.73].

Важным моментом в разворачивании культурного пространства города является выделение пешеходных улиц, на которое оно описывается в первую очередь. Именно в процессе пешеходной прогулки, экскурсии достигается наиболее полное погружение в хронотоп города, однако, при достаточном туристическом потоке следует дополнить его и способами перемещения, характерными для предыдущих хронотопов. Если конка здесь едва ли допустима, то ретротрамвай — вполне, а для исторических городов на реках (т.е. почти всех) интересен и вариант речной прогулки. В меньшей степени (в силу отвлечения внимания от собственного наблюдения) подходит велосипедная, конная и другие прогулки.

Выводы. Дальнейшее формирование хронотопа города будет, по-видимому, являться некоторой суммой, наслоением хронотопов предшествующих этапов. Они будут трансформированы в культурном пространстве города.

Выделение и описание городских хронотопов позволит сделать экскурсию более содержательной, наполнить её большим количеством смыслов.

Смена хронотопов, которую прошёл Саратов, в принципе типична, характерна для многих поволжских и в целом российских городов с историей, простирающейся дальше XIX века. Эта схожесть делает сложной задачу привлечения туристов в город.

Библиографический список

1. Макарцева Л.В., Щеглов Д.М. Саратовская область на национальном туристическом рынке // География в Саратовском университете. Современные исследования. Саратов. 2014. — С. 58–62.
2. Преображенский Ю.В. Хронотоп в современном географическом дискурсе // Вестник Тверского государственного университета. Серия: География и геоэкология. 2017. № 3. С. 65–73.
3. Преображенский Ю.В., Арутюнян Н.А., Галстян Г.А. Вернакулярные районы Еревана и Саратова: морфологические различия городских пространств // Социология города. 2018. № 2. С. 46–54.
4. Преображенский Ю.В., Макарцева Л.В. Территориальные аспекты и принципы трансформации культурного пространства города (на примере Саратова) // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Науки о Земле. 2018. Т. 18, вып. 1. С. 22–26.
5. Преображенский Ю.В. Туристическое пространство региона и его эволюция (на примере Саратовской области) // География и туризм. №2. 2018. С. 17–22.
6. Терентьева О.В. Городское пространство как площадка для игры (с позиции туризма) // География и туризм. №2. 2018. С. 73–75.
7. Туркина В.Г. Языковое пространство города: вербальные и невербальные контексты // На путях к новой школе. 2010. № 1. С. 124–128.
8. Федин К.А. Первые радости: Роман. Необыкновенное лето: Роман. М.: Худож. лит., 1979. — 895 с.

А.Г. Гусейнова

Центр детского творчества «Витязь», г. Ярославль

УДК 379.85

ЭКСКУРСИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ

В данной статье рассматриваются различные формы экскурсий с использованием технических средств информации: аудиогиды, аудиоэкскурсии, виртуальные экскурсии, on-line экскурсии, smart-экскурсии, а также различные экскурсионные мобильные приложения. Кроме того, приводятся отличительные особенности аудиогидов и аудиэкскурсий, примеры виртуальных экскурсий и мобильных приложений.

Ключевые слова: аудиогид, аудиоэкскурсии, виртуальные экскурсии, on-line экскурсии, smart-экскурсии, мобильные приложения.

Guseinova A.G.

Municipal educational institution of additional education Children's Art Center «Vityaz», Yaroslavl

EXCURSIONS WITH TECHNICAL INFORMATION TOOLS USING

This article discusses various excursion forms which include technical information resources: audio guides, audio excursions, virtual excursions, on-line excursions, smart-excursions and various excursion mobile applications. In addition, audio guides and audio tours features, examples of virtual tours and mobile applications are presented in the article.

Keywords: audio guides, audio tours, virtual tours, on-line tours, smart tours, mobile apps.

При помощи компьютеризации и различных технических средств информации: смартфонов, планшетов, аудиогидов, видеокамер, приложений для мобильных телефонов, традиционные экскурсии стали максимально удобными и интересными экскурсанту в современном информационном пространстве.

Аудиогиды получили широкое распространение в таких музеях, как Государственный Эрмитаж, Третьяковская галерея, Государственный музей изобразительных искусств имени А.С. Пушкина и других. В музеях аудиогиды являются дополнительной услугой и обычно предоставляются за отдельную плату.

Аудиогиды используются:

1. Когда существует необходимость перевода экскурсии с иностранного на родной язык, а переводчик отсутствует;

2. Когда экскурсант желает исследовать объект не в составе группы, а индивидуально.

Аудиогид — это технология, что сопровождает зрительный ряд для экскурсанта речевым сообщением. Суть в том, что экскурсант видит объект, хочет познать его особенности, историю. Набрав на устройстве необходимый номер объекта, указанный на табличке рядом с ним, экскурсант получает необходимую информацию. Важно заметить, что информация, которую дает аудиогид дополняющая и уточняющая, то, что можно увидеть невооруженным глазом.

Для экскурсантов с ограниченными возможностями зрения существуют аудиоэкскурсии. В процессе прохождения аудиоэкскурсии незрячий человек может оставаться дома, в привычной обстановке или же быть на месте экспозиции в сопровождении других людей. Аудиоэкскурсия в отличие от аудиогида должна быть продумана (построена) с начала и до конца и предусматривать комплексный экскурсионный рассказ. Традиционные музейные аудиоэкскурсии сегодня формируют основную долю действующих проектов постоянных экспозиций [5].

© Гусейнова А.Г., 2019

Гусейнова Алёна Гадировна,
заведующий отделом методического и психологического сопровождения образовательного процесса МОУ ДО Центр детского творчества «Витязь»;
aljonka2401@mail.ru

Современное информационное пространство позволяет внедрять виртуальные экскурсии, которые доступны широкой аудитории, имеющей свободный доступ в сети интернет. Сегодня практически каждый государственный музей представляет детальные виртуальные экскурсии, наполненные фото, видео- и аудио-файлами. Виртуальной экскурсией называют способ реалистичного трёхмерного многоэлементного пространства на экране. Элементами подобных проектов являются сферические панорамы, которые соединены между собой интерактивными ссылками — переходами, то есть хотспотами. Ученые выделяют три вида виртуальных туров: полностью заскриптованные, частично заскриптованные, а также с открытым передвижением. Заскриптованные виртуальные туры предполагают от начала и до конца подготовленный «маршрут». В свою очередь, частично заскриптованные виртуальные туры позволяют «остановиться» и «осмотреться», а только потом нажать на точку перехода между сценами — хотспот. Виртуальные туры с открытым передвижением представляют полную виртуальную проекцию музея, подготовленную с помощью 3-D моделирования. Основная программа для просмотра виртуальных туров — веб-браузер (Google Chrome, Opera и другие). Для того, чтобы воспроизвела аудио- и видеинформацию необходима программа Adobe Flash Player [3].

Виртуальные экскурсии имеют ряд преимуществ: 1. Осмотр достопримечательностей без больших материальных и временных затрат; 2. Возможность просмотра в любое время; 3. Многоразовое использование материалов экскурсии и предлагаемой информации.

Однако, наряду с преимуществами выделяется ряд недостатков: 1. Отсутствие обратной связи; 2. Неполный осмотр объектов экспозиции; 3. Ограниченнность впечатлений.

Чаще всего, виртуальные экскурсии созданы для людей с ограниченными возможностями здоровья, в целях экономии средств; а также для возможности выбора той или экскурсии, то есть в целях рекламы.

Интересен проект «ARVIZIO» ориентирован на создание VR-контента для экскурсий с дополненной реальностью, виртуальных экскурсий. Уникальна инновационная экскурсионная программа авторов проекта — экскурсия «Москва, которой не было», в ходе которой с помощью технологий виртуальной и дополненной реальности экскурсоводы перемещают своих гостей в «параллельную вселенную», где история шла совсем по-другому. Перед экскурсантами на улицах и площадях Москвы вырастают самые утопичные архитектурные проекты XX века, самые смелые мечты русского архитектурного

гения — Дворец Советов на месте Храма Христа Спасителя, восьмая сталинская высотка вместо парка «Зарядье», дом Наркомтяжпрома вместо ГУМа и альтернативный мавзолей Ленина на Красной площади, Дворец Труда вместо гостиницы «Москва», и другие [7].

Одно из наиболее интересных направлений в области разработки приложений для iPhone, iPad и Android — это формирование программы дополненной реальности, которая позволяет совершенно иначе взглянуть на окружение. Дело в том, что данная программа позволяет накладывать дополнительные информационные слои с графикой, смоделированные на обычную окружающую реальность [4].

В Ярославском художественном музее в октябре 2018 года был презентован гид с дополненной реальностью по выставке Зинаиды Серебряковой из собрания Русского музея в приложении Artefact. Посетители с помощью камеры смартфона могут увидеть то, что недоступно в реальности: эскизы, фотографии людей и мест, изображенных на картинах. Благодаря приложению посетитель музея формирует свой маршрут по выставке в музее и может вернуться к продолжению осмотра дома. Artefact — приложение для мобильных устройств, которое позволяет благодаря технологии дополненной реальности изучать выставки и экспозиции музеев на новом уровне. Это интерактивный гид, созданный в 2017 при поддержке Министерства культуры РФ и портала «Культура. РФ». Приложение дополненной реальности позволяет российским музеям самостоятельно создавать выставки в формате AR (augmented reality), а посетителям выставок дарит новый опыт взаимодействия с произведениями искусства. Приложение можно скачать бесплатно для iOS и Android в магазинах App Store и Google Play.

Сегодня мобильные приложения, созданные для планшетов и смартфонов представляют собой инновационные средства стимулирования внутреннего туризма и продвижения инвестиционных проектов. Все чаще используются мобильные экскурсионные приложения: путеводители (TravelMe, izi.Travel, AZBO, «Вокруг Света»), карты (MAPS.ME, 2ГИС), переводчики (Переводчик Microsoft, Google Переводчик). Интерактивные путеводители имеют возможность геолокации и построения маршрутов, интеграции с соцсетями, виртуальными галереями, видео, 3D, аудиокомментарии, круговые панорамы.

К примеру, мобильное приложение AZBO содержит 180 увлекательных аудио-экскурсий, которые расскажут о 2 400 достопримечательностях в более, чем сорока городах, по каждому из которых доступна бесплатная оффлайн

карта. Аудиоэкскурсии Azbo включают как общезвестные достопримечательности, так и маленькие детали, известные только местным жителям и исследователям города. Для формирования экскурсий разработчики привлекают к сотрудничеству опытных гидов и профессиональных дикторов для их озвучивания [2].

Ещё одним инновационным направлением экскурсионной деятельности являются QR-экскурсии (смарт-экскурсии), для организации которых применяются специальные QR-коды (штрих-коды). С помощью сканирующего оборудования (фотокамеры мобильного телефона) распознается информация разного объема каждого QR-кода. Использование QR-кода — дополнительный ресурс при ознакомлении с достопримечательными местами [3]. Смарт-экскурсии позволяют узнать множество интереснейших фактов из жизни городов, а также проводить смарт-квесты, включающие различные загадки. Действующим примером, рассматриваемых экскурсий с использованием черно-белых квадратных QR-кодов и скачанных на смартфоны программ по их считыванию можно назвать смарт-экскурсии в парке Горького в Москве.

Экскурсии с использованием технических средств информации напрямую связаны с внедрением технологий в туристские впечатления.

Библиографический список

1. Булыгина И.И. Внедрение интерактивных форм проведения экскурсий в практику туристского бизнеса// Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе Сборник научных трудов. 2017. С. 45–47.
2. Вишневская Е.В., Климова Т.Б., Богомазова И.В. Повышение туристской привлекательности территории в контексте развития мобильных приложений// Современные проблемы науки и образования – 2015. — № 1-1. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=18631> (дата обращения: 16.10.2018).
3. Горбунова И.Г. Создание виртуальных экскурсий для туристических компаний Управление малым бизнесом: инновационные технологии сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции. Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева; под общ. ред. В.М. Матиашвили. 2016. С. 33–34.
4. Лучшие приложения-путеводители для iOS и Android. URL: <https://apptactor.ru/info/apps/luchshie-prilozheniya-putevoditeli-dlya-ios-i-android.html>.
5. Ходякова Н.В. Аудиоэкскурсия как средство проектирования доступной среды для слабовидящих (незрячих) людей// Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. Том.10 №1. 2016.
6. Юленков С.Е., Котельникова С.В., Касаткин А.С. Современные виртуальные экскурсии и средства разработки виртуальных экскурсий в музейной деятельности// Решетниковские чтения, 2016. С. 239–240.
7. ARVIZIO URL: <https://www.arvizio.com/>.

Ю.Е. Гартвик, И.Л. Вольхин

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 910.913

ЭКСКУРСИОННАЯ УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА СТУДЕНТОВ ПГНИУ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Для увеличения туристского потока в Республику Крым необходимо готовить квалифицированные кадры работников туристской индустрии в российских высших учебных заведениях. С этой целью на кафедре туризма ПГНИУ была создана программа и разработан маршрут практики в Крым. Проведена практическая апробация маршрута. Было выявлено, что центральная часть Крымского полуострова больше подходит для организации активного туризма. Южная часть отличается большим количеством экскурсионных объектов, а также является комфортной зоной для пляжного отдыха, как и Восточная часть. Западная часть — это протяженная пляжная зона с хорошими дорогами, ведущими к достопримечательностям Бахчисарайского района и г. Севастополь.

Ключевые слова: Республика Крым, экскурсия, туризм, студенческая практика, туристский маршрут.

Yu.E.Gartvik, I.L. Volkhin
Perm State University

EXCURSION PRACTICE TO THE REPUBLIC OF CRIMEA

To increase the tourist flow to the Republic of Crimea, it is necessary to train qualified personnel of tourism industry workers in Russian higher educational institutions. The program was created and practice route was developed. Practical approbation of the route has been carried out. It was revealed that: the central part of the Crimean peninsula is more suitable for organization of active tourism. The southern part has large number of sightseeing facilities, as well as a comfortable area for a beach holiday, as well as the Eastern part. The western part is along beach area with good roads leading to the sights of the Bakhchisarai district and the city of Sevastopol.

Keywords: Republic of Crimea, excursion, tourism, student practice, tourist route.

Практики являются неотъемлемой частью образовательного процесса всех направлений подготовки студентов в системе высшего образования. В случае с географическими направлениями обучения они играют существенную роль, значение которой невозможно переоценить. Именно на практике студент «вживую» сталкивается с изучаемыми территориальными системами: природными, антропогенными, природно-хозяйственными, эколого-экономическими, производственными, социальными,

рекреационными и общественными. Это способствует формированию ключевых компетенций, отражающих специфику географической профессиональной деятельности.

В последнее время ПГНИУ активно развивает внутренний и международный образовательный туризм. В рамках обучающих программ университет уделяет значительное внимание развитию образовательного туризма, что позволяет активно развивать рынок образовательных услуг Пермского края. Целью является подготовка высококвалифицированных специалистов, а так же достижение высокого качества полученных знаний обучающегося.

Актуальность темы обусловлена тем, что 16 марта 2014 года Республика Крым вышла из состава Украины и вошла в состав Российской Федерации. В настоящее время Крым является крупнейшим курортным регионом РФ, турпоток которого в 2018 году составил 6,16 миллионов

© Гартвик Ю.Е, Вольхин И.Л., 2019

Гартвик Юлия Евгеньевна,

студент 4 курса направления подготовки «туризм», Пермский государственный национальный исследовательский университет;
Julya-gartvik@mail.ru

Вольхин Игорь Львович,

к.физ.-мат. н., доцент, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
volkhin@psu.ru

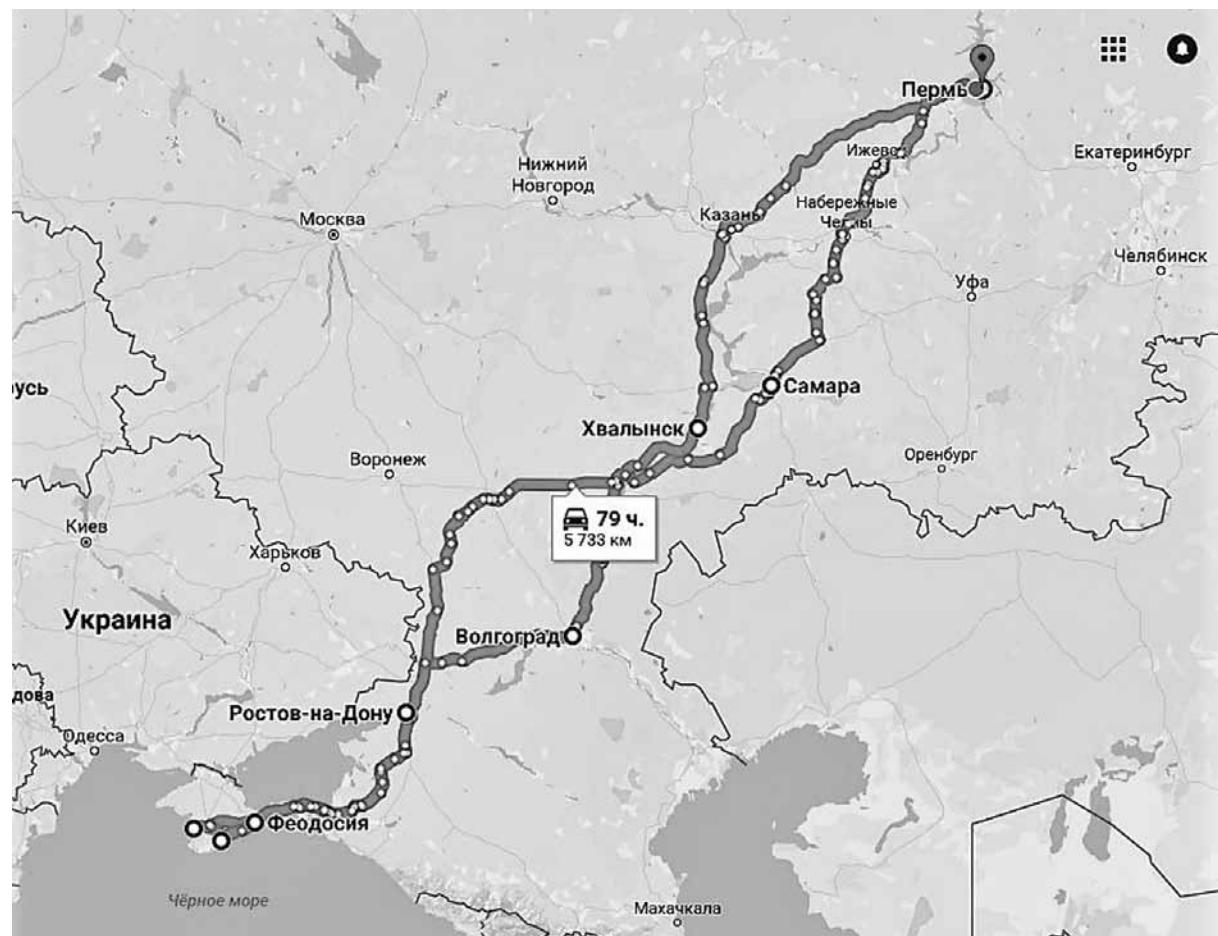


Рис. 1. Схема маршрута экскурсионной практики в Республику Крым

человек: российских и зарубежных туристов [9]. Природные и архитектурно-исторические памятники мирового значения формируют уникальный культурный ландшафт Крымского полуострова. Обзор достопримечательностей предполагает перемещение туристов с использованием автомобильного транспорта по большой территории. Поэтому одним из направлений внутреннего туризма, в том числе и для жителей Пермского края, является организация автобусных туров на Черноморское побережье, включающая экскурсионную программу поездок по полуострову Крым. Экскурсионный туризм динамично развивается, чему способствует: улучшающаяся транспортная доступность в связи с вводом в эксплуатацию Крымского моста, постоянное расширение автодорожной сети и, как следствие, увеличение доступности объектов туристской инфраструктуры, что увеличивает количество предоставляемых услуг и улучшает качество и культуру обслуживания. Это создаёт предпосылки для комфорtnого отдыха туристов и приближает качество услуг туристской сферы к уровню мировых стандартов обслуживания. При этом возрастают требования организаций туристской индустрии к качеству подготовки специалистов в вузах. Ежегодно студенты 2 курса кафедры туризма ПГНИУ проходят экскурсионную практи-

ку [1, 7]. Для подготовки квалифицированных специалистов в учебные программы кафедры туризма ПГНИУ включают практики студентов в различные дестинации, в том числе в Республику Крым [2, 4, 10].

С 23 июня по 6 июля 2017 года группа студентов 2 курса географического факультета ПГНИУ, направления «туризм» совершила автобусно-экскурсионную поездку по заранее подготовленному маршруту в Республику Крым. По результатам исследований составлен план проведения экскурсионной практики, который включает в себя три этапа: подготовительный, полевой и камеральный.

Подготовительный этап проходил непосредственно в ПГНИУ. В процессе планирования экскурсионной практики была поставлена задача выбора образовательных экскурсий с учетом культурного ландшафта крымского полуострова. При этом использовались географические принципы выбора объектов исследования такие как:

1. Уникальности-типичности места. Уникальные черты изучаемого ландшафта определяют его аттрактивность для туристов. Типичность местности позволяет определить основные виды туризма наиболее целесообразные на изучаемой территории;

2. Принцип холизма. Ландшафт рассматривается как целостная геосистема, жизнь социума вписана в местный ландшафт и определяется им;

3. Принцип рефлексии и обратной связи — анализ опыта взаимодействия человека и ландшафта. Оценка типа ландшафта студентами через систему заданий, кейсов, проблемных вопросов, воспитание «чувства ландшафта», умение «видеть» и «читать» ландшафт [6].

В ходе проведения практики предполагалось использовать педагогические принципы при составлении учебных заданий для студентов:

1. Принцип расширения образовательной среды;

2. Творческо-созидательный принцип, формирующий самостоятельность в процессах планирования социально-культурной деятельности в ландшафте;

3. Принцип открытости образовательной среды.

С учетом указанных требований и опыта территориально-пространственного плани-

рования была разработана нитка маршрута, представленная на рис. 1 [8, 9]. Маршрут был проложен через Самарскую, Саратовскую, Волгоградскую, Ростовскую области и полуостров Крым. При прохождении маршрута были запланированы путевые экскурсии, которые подготовили и проводили студенты. Протяженность всего маршрута составила около 7 тысяч километров. Продолжительность трансфера до Крыма и обратно составила 5 дней. Экскурсионная часть маршрута на Крымском полуострове продолжалась 8 дней и проходила через Феодосию, Судак, Новый Свет, Белогорск, Береговое, Бахчисарай, Соколиное, Балаклаву, Севастополь, Форос, Ялту и Алушту.

На подготовительном этапе были выбраны основные экскурсионные объекты Крымского полуострова и разработан план-график прохождения маршрута, представленный в табл. 1. В первой колонке указан день прохождения практики, во второй — плановые мероприятия, в третьей — результаты практической апробации маршрута.

Таблица 1

Схема план-график маршрута экскурсионной практики в Республику Крым

	План	Апробация
23.06.2017 (День 1)	6.30 – сбор группы около университета 7.20 – выезд из Перми 9.42 – остановка на зарядку и завтрак 13.00 – остановка на зарядку и обед, путевая экскурсия Пермь – Самара 17.00 – остановка на зарядку 22.00 – прогулка по набережной Самары и экскурсия	План был выполнен в полном объеме
24.06.2017 (День 2)	6.00 – подъем 6.30 – завтрак 7.30 – выезд из города, путевая экскурсия Самара – Волгоград 12.00 – обед, зарядка 13.00 – поездка в автобусе 16.00 – остановка на зарядку 19.00 – ужин 01.00 – заселение в хостелы Волгограда	План был выполнен в полном объеме
25.06.2017 (День 3)	7.00 – подъем и завтрак 9.00- выезд в город 9.30-11.30 – прогулка в Мамаевом Кургане, экскурсия 14.00-15.00 – обед и зарядка 20.00 – зарядка 20.30 – ночной переезд из Волгограда к Керченской переправе	План был выполнен в полном объеме
26.07.2017 (День 4)	продолжение ночного переезд из Волгограда к Керченской переправе 5.30 - проверка багажа для переправы 6.00 – 6.40 – паромная переправа 8.30 – завтрак в Керчи 10.00 – заселение в гостевые дома Феодосии 11.00 – экскурсия и свободное время (пляж) 14.00 – обед 14.30 – 19.00 – свободное время (пляж, сон, прогулка по городу) 19.00 – самостоятельный ужин в городе 23.00 – отбой	План был выполнен в полном объеме

	<i>План</i>	<i>Апробация</i>
27.06.2017 (День 5)	8.00 — подъем и завтрак 10.45-12.00 — посещение Судакской крепости, экскурсия 13.00-13.30 — купание на пляже в Новом Свете 13.30-14.30 — прохождение тропы Голицына, экскурсия 14.30-16.30 — свободное время 16.30-18.00 — дорога в Феодосию 20.00-22.00 — ужин 22.00-23.00 — анимация 23.00 — отбой	План был выполнен в полном объеме
28.06.2017 (День 6)	8.30 — завтрак 9.40-12.00 — дорога в Белогорск 13.00-14.00 — прогулка на лошадях 1 группы 14.00-15.00 — прогулка на лошадях 2 группы 15.00 — обед 18.30 — заезд в Береговое 19.00 — ужин 19.00-23.00 — свободное время (дискотека, купание в море) 23.00 — отбой	План был выполнен в полном объеме
29.06.2017 (День 7)	9.00 — завтрак 9.45-11.30 - дорога в Бахчисарай 11.30-13.00 - посещение Ханского дворца 13.00-13.30 – Дорога в Большой Каньон 13.30 – обед 14.00-17.00 – прохождение тропы Большого Каньона 19.00 – ужин 21.00 – общий сбор 23.00 – отбой	План был выполнен в полном объеме
30.06.2017 (День 8)	8.30-9.30 – завтрак 9.30-12.30 – дорога до мыса Фиолент 12.30-13.30 – свободное время 13.30 – обед 15.00-16.10 – дорога до Балаклавы 16.10-17.10 – свободное время (прогулка по набережной) 17.30-19.00 – дорога до Феодосии 19.00 – ужин 19.00-22.15 – свободное время 23.00 – отбой	План был выполнен в полном объеме
1.07.2017 (День 9)	8.30-9.30 – завтрак 9.30-10.40 – дорога до Севастополя 10.40-13:00 — Посещение государственного музея-заповедника «Херсонес Таврический» 13:00-14:00 – обед, проезд на общественном транспорте до музея панорамы 14.00-17:55 — Посещение музея панорамы Севастополя 16.00 – отъезд в Береговое 16.30 – магазин «Инкерман» 18.00 – приезд в Береговое 18.00 – ужин 19.30 – общий сбор 20.00-22.00 – анимация 23.00 – отбой	План был выполнен не в полном объеме, по причине плохого самочувствия некоторых студентов было принято решение убрать посещение музея-заповедника «Херсонес Таврический» и заменить его на прогулку на катере по морю. Таким образом изменилась первая часть программы: 10.40-11.20 — самостоятельная прогулка по набережной от Графской пристани 11.30-12.10 — прогулка на катерах с экскурсией

	План	Апробация
2.07.2017 (День 10)	8.00 – Завтрак, выезд из «Экопарка» 9.00-11.00 – дорога в Форос 11.30-12.30 – свободное время 12.30-14.30 – экскурсия по парку 14.30 – обед 14.30-15.30 – проезд в Ливадию 15.30-16.30 – экскурсия по Ливадийскому дворцу 17.00-17.20 – дорога до Ялты 18.00-20:30 – посещение горы Ай-Петри 20.30-23.30 – дорога до «Алых парусов» 23.30 — заселение	План был выполнен не в полном объеме. Не состоялось посещение горы Ай-Петри из-за закрытия канатной дороги по техническим причинам. Таким образом изменилась вторая часть программы: 18.00-18.30 – канатная дорога 18.30-20.00 – свободное время
3.07.2017 (День 11)	Свободный день 9.15 — завтрак 13.30 — обед 18.30 — ужин	План был выполнен в полном объеме
4.07.2017 (День 12)	3.00-4.00 – паромная переправа 11.00 — обед в Ростове-на-Дону 11.30-14.45 – свободное время 14.45-19.00 – дорога 19.00 — ужин Ночная дорога	План был выполнен в полном объеме
5.07.2017 (День 13)	10.00-11.00 - п. Хвалынский – завтрак 11.00-13.30 – свободное время Хвалынские термы 15.00 — обед 20.00 — ужин	План был выполнен в полном объеме
6.07.2017 (День 14)	10.00-11.00 — приезд в Пермь 15.00 — общий сбор	План был выполнен в полном объеме

В Крыму на полевом этапе экскурсионной практики студенты ПГНИУ посетили места туристского интереса, которые представлены на рис. 2. Студенты самостоятельно подготовили и провели обзорные экскурсии по основным объектам, которые помогли определить преимущества и недостатки территорий, а также сформировать у студентов туристский образ Крыма.

Студентами были исследованы основные объекты туристского интереса Крымского полуострова и проведен их краткий анализ. В табл. 2 представлены результаты проведенных исследований, туристские объекты исследованы с точки зрения уникальности-типичности места, наличия инфраструктуры и туристского потенциала. На основании проведенного анализа указаны виды туризма, наиболее соответствующие исследуемому объекту с привязкой к культурному ландшафту. В отдельной колонке указаны знания, умения и навыки, полученные в процессе исследовательской работы.

На основании результатов полевых исследований, на третьем, камеральном этапе в ПГНИУ был составлен отчет по практике [8]. Отмечено, что из пяти зон Крымского полу-

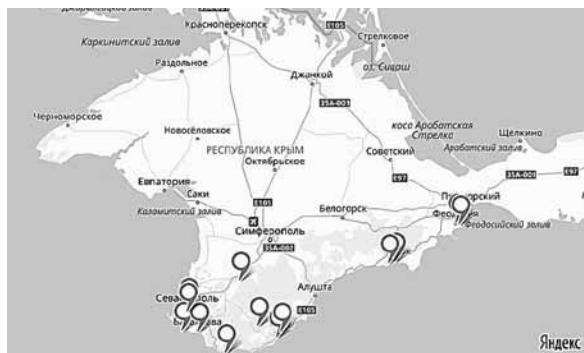


Рис. 2. Основные экскурсионные объекты Крымского полуострова

острова в ходе практики удалось посетить четыре наиболее интересных для туристов: южную, центральную, западную и восточную. Были выработаны рекомендации по туристскому районированию территории: центральная часть Крымского полуострова больше подходит для организации активного туризма, чем для экскурсионного; южная часть наоборот отличается обилием экскурсионных объектов и также является комфортной зоной для пляжного отдыха, как и восточная часть; западная часть — это протяженная пляжная зона с хорошими дорогами, ведущими к досто-

Таблица 2

Анализ объектов туристского интереса Крымского полуострова

Объект	Уникальность/типичность места	Наличие инфраструктуры	Туристский потенциал	Вид туризма, соответствующий культурному ландшафту	Полученные знания, умения и навыки
г. Феодосия центральная набережная	Типично	Хорошая транспортная доступность относительно нити маршрута; развитая инфраструктура города, развитое транспортное сообщение	Богатое историко-культурное наследие; большое количество объектов туристского интереса	Экскурсионно-познавательный, пляжный	Умение производить отбор и изучение экскурсионных объектов, составление экскурсионного маршрута, определение техники ведения экскурсии. Владение приемами и методами экскурсионного рассказа и показа. Производить оценку объектов с точки зрения туристской привлекательности
Судакская (Генуэзская) крепость (Судак)	Уникально	Территория хорошо оборудованная для туристов; развитая инфраструктура	Историко-культурное наследие, архитектура, уникальный ландшафт.	Экскурсионно-познавательный, исторический, пешеходный	Умение представлять путевую информацию об объектах природы, флоры и фауны, достопримечательностях на маршруте. Производить оценку объектов с точки зрения туристской привлекательности
Тропа Голицына (Новый свет)	Уникально	Территория хорошо оборудованная для туристов; развитая инфраструктура	Историко-культурное наследие, уникальный ландшафт, живописные виды.	Экологический, культурно-познавательный, экскурсионный, пешеходный, активный туризм.	Умение составить текст путевой информации и уметь провести ее, использовать наглядные материалы, включенные в «портфель экскурсовода», умение предоставлять путевую информацию об объектах природы, флоры и фауны, достопримечательностях на маршруте, руководить группой туристов (экскурсантов) и т. п.
Центральный пляж (Новый свет)	Типично	Широкая пляжная полоса, участками развитая инфраструктура пляжа.	Состояние пляжной полосы, чистота воды.	Пляжный туризм	Производить оценку привлекательности пляжа для туристов.
Ханский дворец (Бахчисарай)	Уникально	Территория хорошо оборудованная для туристов; развитая инфраструктура	Историко-культурное наследие, архитектура, подлинные предметы жизни и быта.	Экскурсионно-познавательный. Организованный, групповой.	Знания особенностей проведения музеиных экскурсий, прослушивание экскурсовода на маршруте, рецензирование текста экскурсии, освоение новых тем и вариантов экскурсий для различных групп населения.

Объект	Уникальность/типичность места	Наличие инфраструктуры	Туристский потенциал	Вид туризма, соответствующий культурному ландшафту	Полученные знания, умения и навыки
Большой каньон (Бахчисарайский район)	Уникально	Низко развитое транспортное сообщение до начальной точки маршрута.	Экскурсионный природный объект, живописные виды, уникальный природный ландшафт	Экологический, культурно-познавательный, экскурсионный, пешеходный, активный туризм	Знания особенностей проведения активных, пешеходных маршрутов, умение производить отбор и изучение экскурсионных объектов, составлять экскурсионный маршрут, определять технику ведения экскурсии. Владение приемами и методами экскурсионного рассказа и показа.
Мыс Фиолент (Яшмовый пляж)	Уникально	Невысокая посещаемость пляжа туристами. Низко развитая инфраструктура пляжа.	Живописные виды, уникальный природный ландшафт, пляжная полоса, чистота моря.	Пляжный, активный туризм.	Производить оценку привлекательности пляжа и пляжной территории для туристов.
г. Балаклава (набережная)	Типично	Инфраструктура на набережной хорошо развита (имеет ярко выраженную сезонность). Бетонный пляж. Неудовлетворительное состояние большинства исторических зданий.	Техническое состояние набережной, экскурсионные объекты относительно набережной, яхт-клуб.	Экскурсионно-познавательный, пешеходный, пляжный.	Умение производить отбор и изучение экскурсионных объектов, составлять экскурсионный маршрут, определять технику ведения экскурсии. Владение приемами и методами экскурсионного рассказа и показа.
г. Севастополь (набережная)	Типично	Инфраструктура на набережной хорошо развита.	Техническое состояние набережной, экскурсионные объекты, героическое прошлое	Экскурсионно-познавательный, пешеходный, пляжный.	Умение производить отбор и изучение экскурсионных объектов, составлять экскурсионный маршрут, определять технику ведения экскурсии. Владение приемами и методами экскурсионного рассказа и показа.
Прогулочная экскурсия на катере (Севастополь)	Уникально	Удовлетворительное состояние катеров.	Техническое состояние катеров, экскурсионные объекты, героическое прошлое города.	Экскурсионно-познавательный, водный, прогулочный.	Знания особенностей проведения водных, прогулочных экскурсий на водном виде транспорта. Прослушивание экскурсовода на маршруте, рецензирование текста экскурсии, освоение новых тем и вариантов экскурсий для различных групп населения.

Объект	Уникальность/типичность места	Наличие инфраструктуры	Туристский потенциал	Вид туризма, соответствующий культурному ландшафту	Полученные знания, умения и навыки
Государственный музей героической обороны и освобождения Севастополя (Панорама обороны Севастополя 1854-1855)	Уникально	Высокая посещаемость. Территория хорошо оборудована для туристов; развитая инфраструктура	Историческое наследие, героическое прошлое города, экскурсионное сопровождение.	Техногенный. Экскурсионно-познавательный. Организованный, групповой.	Знания особенностей проведения музейных экскурсий, прослушивание экскурсовода на маршруте, рецензирование текста экскурсии, освоение новых тем и вариантов экскурсий для различных групп населения.
Форосский парк	Уникально	Высокая посещаемость. Территория хорошо оборудована для туристов; развитая инфраструктура.	Историческое наследие, экскурсионное сопровождение, архитектура, живописные виды, редкие виды растений.	Экскурсионно-познавательный, экологический. Организованный групповой.	Знания особенностей проведения экологических, пешеходных экскурсий, прослушивание экскурсовода на маршруте, рецензирование текста экскурсии, освоение новых тем и вариантов экскурсий для различных групп населения.
Ливадийский дворец	Уникально	Высокая посещаемость. Территория хорошо оборудована для туристов; развитая инфраструктура.	Историческое наследие, экскурсионное сопровождение, архитектура, живописные виды.	Экскурсионно-познавательный. Организованный, групповой.	Знания особенностей проведения музейных, обзорных экскурсий. Умение определять технику ведения экскурсии, выбирать наиболее эффективные методические приемы показа и рассказа во время проведения экскурсии.
г. Ялта (набережная)	Типично	Развитая инфраструктура, высокая посещаемость туристами	Двухуровневая набережная, архитектура, достопримечательности, канатная дорога.	Экскурсионно-познавательный, пешеходный, пляжный.	Умение производить отбор и изучение экскурсионных объектов, составлять экскурсионный маршрут, определять технику ведения экскурсии. Владение приемами и методами экскурсионного рассказа и показа.

примечательностям Бахчисарайского района и г. Севастополь.

Организация экскурсий зависит от многих факторов, не все из которых удается предусмотреть заранее, поэтому в ходе практической апробации не удалось посетить Херсонес Таврический и гору Ай-Петри. В любом случае все студенты, выступавшие в роли экскурсоводов, провели свои экскурсии в соответствии с разработанным планом, учитывая корректировки маршрута. Необходимо заметить, что особенностью организации такого рода экс-

курсий является умение быстро принимать решения в случае непредвиденных обстоятельств.

Составленный маршрут экскурсионной практики в целом был успешно пройден. Подводя итоги, можно сказать, что цели летней экскурсионной практики достигнуты. Все основные задачи были выполнены, установлено, что Республика Крым удобна для посещения туристами, а так же для проведения образовательного процесса. Студенты в процессе прохождения практики получили возможность

познакомиться с территорией и оценить ее туристскую привлекательность. Познакомились с местами туристского интереса, приобрели опыт в организации экскурсий, составлении экскурсионных маршрутов и умении работать в команде. Студенты приобрели необходимые профессиональные компетенции, такие как: владение теоретическими основами проектирования в туризме; готовность реализации проектов в туристской индустрии, выбор ресурсов и средств для реализации туристских проектов; готовность применять информационные технологии в профессиональной деятельности; способность находить, анализировать и обрабатывать информацию, изучать отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности; приобрели знания организации работы в основных сегментах туристской индустрии, а так же знания по расчёту и оценке затрат по организации деятельности предприятия и др. Необходимо отметить, что освоенные в ходе практики профессиональные компетенции создают обучающимся конкурентные преимущества при приеме на работу в туристские фирмы отвраляющие клиентов на отдых в Республику Крым.

Библиографический список

1. Зотова О.А., Фирсова А.В. Учебные практики кафедры туризма ПГНИУ: цели, задачи, проблемы // География и туризм: сб. науч. тр./ Перм. гос. нац. иссл. ун-т. — Пермь, 2011. Вып. 10. С. 45–52.
2. Королев А.Ю. Учебные полевые практики кафедры туризма ПГНИУ: логика построения и выбор района / География и туризм. 2018. № 2. С. 105–110.
3. Сафарян А.А. Туризм в Армении: дестинация, аттрактивность, информационные ресурсы: дис. канд. геогр. наук /Перм. гос. нац. исслед. ун-т. — Пермь, 2015. С 152.
4. Теория и методика проведения практик по географическим дисциплинам: материалы второй Всерос. науч.-практ. конф./ отв. Ред. В.В. Миненкова. — Краснодар: Кубанский гос. Ун-т, 2017 г. — С 117.
5. Туристко-рекреационные зоны и узлы как элемент территориальной организации. Пространственная организация Пермского края и сопредельных территорий. Кн. 1: материалы Всероссийской научно-практической конференции — Пермь: Пермский ун-т, 2008. С. 129–132.
6. Фирсова А.В. Культурный ландшафт как образовательная среда: структура и возможности: География и туризм / Geography and Tourism: науч. журнал / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. — Пермь, 2018. — Вып. 1. — С. 86–93.
7. Шарифуллин С.Р., Шаронова Е.А. Теория и методика проведения практик по географическим дисциплинам// Материалы заочной научно-практической конференции-Краснодар: Кубанский гос. Ун-т, 2016. С. 4–6
8. Отчет об учебной практике по экскурсоведению. — Пермь: архив Пермского гос. ун-та, 2017. — 172 с.
9. «Доклад Ростуризма о ходе туристского сезона 2018 года в Крыму». URL: <https://ekec.ru/doklad-rosturizma-ohode-sezona-2018-goda/> (Дата обращения: 6.04.2019).
10. Родионова И.А. «Учебная экскурсия как средство профессионального становления специалиста». URL: <http://www.uchportfolio.ru/articles/read/1432> (дата обращения: 6.04.2019).

0.А. Ренева

Кунгурский историко-архитектурный и художественный музей-заповедник

УДК 94

КОНТОРЫ И МАГАЗИНЫ ТОВАРИЩЕСТВА «ГУБКИН&КУЗНЕЦОВ»: ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ*

В настоящее время Великий чайный путь, соединявший в XIX – начале XX вв. Российской империю и Китай, превратился в туристический маршрут. В его орбиту оказались вовлечены многие российские города, в старину не имевшие прямого отношения к транспортировке чайного груза, но связанные с продажей чая. В статье на примере контор и магазинов товарищества «Губкин&Кузнецовых» будут рассмотрены вопросы, касающиеся распределения чайной торговли по территории страны; обращено внимание на её местоположение рядом с таможенными пунктами и крупными центрами чаепотребления.

Ключевые слова: чаепитие, контора, Губкин, Кузнецов, Москва, Иркутск, Челябинск, Одесса.

O.A. Reneva

Kungur Historical-Architectural and Art Museum-Reserve

OFFICES AND SHOPS OF THE PARTNERSHIP «GUBKIN&KUZNETSOV»: GEOGRAPHICAL ASPECT

Currently, the Great Tea Road, which connected the Russian Empire and China in the 19th- early 20th centuries, turned into a tourist route. Many Russian cities that were not directly related to the transportation of tea cargo, but were associated with the sale of tea, were involved in its orbit. In the article, on the example of offices and shops of the partnership «Gubkin&Kuznetsov», issues relating to the distribution of tea trade throughout the country will be considered; attention will be paid to its location near the customs points and large tea consumption centers.

Keywords: tea, office, Gubkin, Kuznetsov, Moscow, Irkutsk, Chelyabinsk, Odessa.

Превращение Российской империи во второй половине XIX века в страну «чайную», где большинство жителей уже приобщилось к этому напитку, привело к формированию особых зон, ставших важными центрами отечественной чаепития. Первоначально такими местами были забайкальская Кяхта, где происходил меновой торг русских с китайцами,

и города двух крупнейших отечественных ярмарок — зимней и летней — уральский Ирбит и волжский Нижний Новгород. Затем, при изменении путей доставки чая в Россию, появились другие центры, связанные как с очисткой товара пошлинами (таможни), так с его переработкой (чаеразвесочные фабрики) и продажей (конторы и магазины). В их число вошли: Иркутск, Тюмень, Одесса, Владивосток, Сретенск, Благовещенск, Батум, позднее Челябинск и Самарканд. А на первое место выдвинулась Москва — всеми признанная столица чайной России. Со второй половины XIX в. Москва являлась главным распределительным центром для чаёв, доставляемых как напрямую из Кяхты, так и с ярмарок из Ирбита и Нижнего Новгорода [9, с. 438]. В конце столетия на роль чаераспределительных пунктов также стали претендовать Петербург, Одесса и Харьков. Петербург получал чайный груз как

© Ренева О.А., 2019

Ренева Ольга Анатольевна,

МБУК «Кунгурский историко-архитектурный и художественный музей-заповедник», заведующий Музеем истории купечества, Пермский край, г. Кунгур,

kungur-mik@yandex.ru

* Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ, проект «История русско-китайской чайной торговли в центральных и юго-восточных провинциях Китая с середины XIX века по начало XX века, по материалам российских и китайских архивов» № 17-21-21002.

из Москвы, так и из Лондона. Из Одессы чай распределялся по южным и юго-западным губерниям и на Кавказ, а из Харькова — по юго-востоку страны.

Благодаря превращению на рубеже XIX-XX вв. Великого чайного пути в разветвлённый маршрут, спустя сто лет многие территории, так или иначе причастные к чайному делу, стали активно развивать гастрономический туризм, где главный акцент делается на местные традиции чаепития. Чай по-купечески предлагают испить музейщики Кяхты, Иркутска, Тюмени, Ирбита, Екатеринбурга, Кунгура, Сарапула, Елабуги, Александрова, Коломны... В музеях, тяготеющих к сельской местности, обычно чаёвничают по-крестьянски, когда в чай добавляют местные травы (Лудорвай, Хохловка). А в Этнографическом музее народов Забайкалья (Бурятия) есть возможность продегустировать чай степных народов, который варят солёным с добавлением молока, муки и бараньего жира.

Триумфальное шествие чая по большим и малым городам Российской империи во вт. пол. XIX – нач. XX вв. можно проследить на примере деятельности чаеторговой фирмы кунгурского купца первой гильдии Алексея Семёновича Губкина (1816–1883), а затем его наследников, учредивших сначала торговый дом (1884), а позднее торгово-промышленное товарищество «Преемник Алексея Губкина А. Кузнецовых и К°» (1891). Губкинское чайное дело зародилось в Кунгуре, крупном уездном центре Пермской губернии, в 1840 году. Около трёх десятилетий понадобилось А.С. Губкину для превращения его фирмы в лидера чайного рынка Российской империи, а самого купца – в законодателя ярмарочных цен, «пионера чайного дела» [9, с. 444]. Первоначально Алексей Семёнович выменивал чай в Кяхте, с 1864 г. стал закупать его непосредственно в Китае [7, л. 82 об.]. Сначала он действовал через комиссионеров, а спустя пять лет в Тяньцзине и Ханькоу начали работу специалисты его фирмы, которые отвечали за приобретение и транспортировку партий чая [2, с. 5].

Алексей Семёнович Губкин, как впоследствии и его наследники, занимался только оптовой чайной торговлей. Благодаря инициативе кунгурского чаеторговца минимальный объём продаж на ярмарках стал составлять всего один ящик, что было выгодно в первую очередь для розничных торговцев, которые смогли приобретать чай из первых рук. К началу 1880-х гг. торговый оборот фирмы Губкина достиг 5 млн. руб. [7, л. 82 об.]. Продажа китайского чая, доставляемого как сухопутным путём, так и морским, велась кунгурским купцом на Ирбитской, Нижегородской, Мензен-

линской и Крестовской ярмарках [3, л. 11 об.]. Также торговля осуществлялась в Кунгуре, Перми, Екатеринбурге, Тюмени. В 1878 г. был открыт московский склад, первым управляющим которого Губкин назначил своего главного доверенного Александра Ефимовича Владимирова, ставшего впоследствии руководителем товарищества «Губкин & Кузнецовых» и одним из крупных пайщиков фирмы.

С 1879 г. фирма А.С. Губкина освоила более перспективный, и, что немаловажно, более дешёвый и скорый путь транспортировки чая — морем через Суэцкий канал в Одессу. А затем из этого портового города товар было удобнее везти в Москву, Петербург, Нижний Новгород и другие города Поволжья, где у Губкина велась торговля, чем доставлять в Кунгур. Поэтому в 1881 г. Алексей Семёнович перевёл главную контору своей фирмы в Москву и сам вместе с внуком и наследником Александром Григорьевичем Кузнецовым год спустя переселился туда на постоянное место жительства, приобретя дворянскую усадьбу на Рождественском бульваре.

Чайную фирму после смерти А.С. Губкина унаследовал внук. С именем А.Г. Кузнецова (1856–1895) было связано дальнейшее развитие чайного дела деда. Главная контора по-прежнему работала в Москве (в особняке Кузнецова на Малой Дмитровке), а выбор местоположения отделений торгового дома «Наследник Алексея Губкина А. Кузнецовых и К°» зависел от желания главного учредителя, так было указано в уставе [5, л. 31]. В 1885 г. фирма открыла чаеразвесочную фабрику в Одессе, также в то время чай фасовали в Москве и в Тюмени. Спустя десять лет эти чаеразвесочные были реконструированы в достаточно крупные предприятия, электрофицированы и оснащены современным оборудованием. Продажу расфасованного чая торговый дом вёл уже не только в России, но и заграницей. В 1889 г. чайный магазин был открыт в Париже на Avenue de l' Opera. Там продавали и прессованный плиточный чай, который с 1895 г. фирма производила на собственной фабрике «Синтай», работавшей в Ханькоу (Китай).

После учреждения торгово-промышленного товарищества «Преемник Алексея Губкина А. Кузнецовых и К°» основной капитал фирмы увеличился более чем в восемь раз с 1 млн. 200 тыс. до 10 млн. руб. [5, л. 29]. К 1895 году отделения работали в следующих российских городах: Нижнем Новгороде, Казани, Перми, Кунгуре, Екатеринбурге, Самаре, Уфе, Челябинске, Тюмени, Томске, Иркутске, Ростове-на-Дону. Также продажа развесенного чая производилась в Варшаве у И.Б. Ревидцева (ул. Маршалковская), в Харькове, глав-

ном центре чайной торговли южной России, у Д.А. Журавлёва (ул. Рыбная). Спустя пять лет чайные конторы и склады уже имелись в двадцати трёх городах: Москве, Петербурге, Одессе, Астрахани, Самарканде, Ростове-на-Дону, Нижнем Новгороде, Казани, Самаре, Уфе, Челябинске, Перми, Кунгуре, Екатеринбурге, Тюмени, Кургане, Омске, Томске, Красноярске, Иркутске, Кяхте, Сретенске и Благовещенске. Там же велась и оптовая торговля с мест, которая постепенно превзошла ярмарочные продажи. В отличие от Ирбита, в Нижнем Новгороде у товарищества имелась постоянная контора, которая находилась в доме Дехтерева на Сафоновской площади [8, с. 158]. Во время же работы Нижегородской ярмарки торговля велась и по образцам. Известно, что сделки заключались на поставки чая из Москвы, Иркутска, Томска, Тюмени [10, л. 1-2]. Когда в 1899 г. у товарищества «Губкин&Кузнецов» была открыта чаеразвесочная фабрика в Самарканде, увеличилось предложение зелёного чая для среднеазиатского рынка.

С 1896 г. товарищество «Преемник Алексея Губкина А. Кузнецов и К°» развернуло продажу чая через коммивояжёров [2, с. 27]. С постепенным увеличением числа таких служащих стало возможным охватить большие территории и установить контакты с торговцами, непосредственно обслуживавшими покупателей. При каждом отделении фирмы имелся свой независимый склад и инспектор, он же одновременно являлся главным коммивояжёром. Этот служащий досконально знал все торговые точки своего региона, занимавшиеся продажей чая. В его записной книжке содержалась информация о кредитоспособности каждого лавочника, там же отмечалось, сколько ему можно отпустить чая в кредит и на какой срок [1, с. 117]. Подобная система действовала и на Урале, где у товарищества имелись крупные конторы в Перми, Екатеринбурге, Челябинске. Например, екатеринбургская контора, получая расфасованный чай из Челябинска, куда в начале XX века была переведена тюменская чаеразвесочная фабрика, вела продажи по всем зауральским уездам Пермской губернии, а также в Красноуфимске и его окрестностях [12, л. 25].

В начале XX века товарищество «Губкин & Кузнецов» важное значение отводило внедрению фирменного стиля. После регистрации торгового знака (два перекрещённых якоря красного цвета) были заказаны новые бланки документов, печати, штампы, товарные книги. Логотип присутствовал на всех рекламах и упаковках. Были изготовлены новые вывески для контор, складов и фабрик. В Перми вывеска была обновлена в 1901 г.,

у петербургской конторы — в 1902, 1907 и 1913 гг. [11, л. 280 об., 177 об.].

Каждая контора, игравшая роль магазина оптовой продажи, была оснащена всем необходимым для дегустации чая. Имелись не только самовары и чайные приборы, но и поварильницы. Например, для кокандской конторы был приобретён керосиновый самовар [11, л. 170 об.], что отвечало бытовым условиям местности. Фирма гордилась своей историей, поэтому главные помещения во всех отделениях товарищества и на чаеразвесочных фабриках украшали портреты основателей А.С. Губкина и А.Г. Кузнецова и председателя правления А.Е. Владимириова.

К началу 1910-х гг. товарищество «Преемник Алексея Губкина А. Кузнецов и К°» имело торговый оборот в 65 млн. руб., что составляло третью часть всего реализуемого в России чая. В то время конторы и склады работали в городах: Петербурге, Одессе, Варшаве, Риге, Киеве, Харькове, Астрахани, Царицыне, Самарканде, Ташкенте, Коканде, Анжидане, Тифлисе, Баку, Ростове-на-Дону, Нижнем Новгороде, Казани, Самаре, Верхнеуральске, Троицке, Уфе, Дуване, Челябинске, Перми, Кунгуре, Екатеринбурге, Тюмени, Кургане, Омске, Семипалатинске, Верном, Петропавловске, Томске, Новониколаевске, Барнауле, Бийске, Красноярске, Иркутске, Чите, Владивостоке. Зарубежные конторы фирмы, обеспечивающие закупки чая, работали в Лондоне (Великобритания), Ханькоу, Шанхае (Китай), Коломбо (о. Цейлон), Калькутте (Индия) и Батавии (о. Ява) [4, с. 3].

Таким образом, можно говорить о том, что расфасованный чай, произведённый на фабриках товарищества «Преемник Алексея Губкина А. Кузнецов и К°», благодаря масштабной торговой сети, охватившей большую часть Российской империи, стал повседневным явлением в жизни россиян. В рекламах товарищества указывалось, что через свои конторы фирма «внимательно следит за качеством обращающегося продукта и за потребностями спроса и предложения на чайном рынке» [4, с. 3]. Ежегодно только развесенного чая продавалось до 28 млн. фунтов. Поэтому не удивительно, что губкинский чай можно было найти в розничной продаже не только у всех лучших колониальных и бакалейных торговцев, но в маленьких сельских лавочках, удалённых от Великого чайного пути.

Исторические факты о торговой деятельности фирмы «Губкин&Кузнецов» позволяют нам, музейщикам XXI в. заниматься популяризацией этого напитка, но уже на ином уровне — в сфере гастрономического туризма. Сведения об организации этого крупнейшего чайного дела,

Приложение

Перечень контор товарищества «Губкин&Кузнецов» на 1916 год [6, л. 34-39 об.]

Город	Заведующий	Адрес местожительства	Подданство	Национальность
Астрахань	Ярков Порфирий Терентьевич, царёвосанчурский мещанин	Астрахань, здание конторы	Российское	Русский
Барнаул	Шестаков Михаил Иванович, тюменский мещанин	Барнаул, здание конторы	Российское	Русский
Владивосток	Кочеров Прокопий Павлович, великоустюжский мещанин	Владивосток, здание конторы	Российское	Русский
Екатеринбург	Неустроев Пётр Степанович, тюменский мещанин	Екатеринбург, здание конторы	Российское	Русский
Иркутск	Серебряков Андрей Фёдорович, поселянин Таврической губернии, Симферопольского уезда	Иркутск, здание конторы	Российское	Русский
Казань	Батуев Василий Григорьевич, малмыжский мещанин	Казань, здание конторы	Российское	Русский
Красноярск	Кочеров Иван Павлович, великоустюжский мещанин	Красноярск, здание конторы	Российское	Русский
Кунгур	Алалыкин Иван Яковлевич, камышловский мещанин	Кунгур, здание конторы	Российское	Русский
Москва	Лепихин Валериан Николаевич, личный почётный гражданин	Москва, 1-ая Мещанская, д. 38	Российское	Русский
Нижний Новгород	Пупцов Дмитрий Михайлович, личный почётный гражданин	Нижний Новгород, здание конторы	Российское	Русский
Одесса	Тарутин Константин Алексеевич, великоустюжский мещанин	Одесса, здание конторы	Российское	Русский
Омск	Скрябин Андрей Андреевич, крестьянин Вятской губернии, Сарапульского уезда	Омск, здание конторы	Российское	Русский
Пермь	Бердников Николай Павлович, крестьянин Вятской губернии, Малмыжского уезда	Пермь, здание конторы	Российское	Русский
Петроград	Афонин Василий Степанович, личный почётный гражданин	Петроград, Невский проспект, д. 134	Российское	Русский
Ростов-на-Дону	Четков Николай Ильич, ростовский мещанин	Ростов-на-Дону, здание конторы	Российское	Русский
Самарканда	Батуев Константин Григорьевич, малмыжский мещанин	Самарканда, здание конторы	Российское	Русский
Самара	Жигалов Василий Алексеевич, пермский мещанин	Самара, здание конторы	Российское	Русский
Семипалатинск	Букин Григорий Семёнович, крестьянин Пермской губернии Чердынского уезда	Семипалатинск, здание конторы	Российское	Русский
Тюмень	Антонов Иван Осипович, челябинский мещанин	Тюмень, здание конторы	Российское	Русский
Томск	Тарутин Анатолий Алексеевич, великоустюжский мещанин	Томск, здание конторы	Российское	Русский
Тифлис	Сиятский Иван Александрович, крестьянин Саратовской губернии Камышинского уезда	Тифлис, здание конторы	Российское	Русский
Уфа	Тряпицын Сергей Иванович, крестьянин Вологодской губернии Великоустюжского уезда	Уфа, здание конторы	Российское	Русский
Харьков	Шагурин Яков Васильевич, иваново-вознесенский мещанин	Харьков, здание конторы	Российское	Русский
Челябинск	Батуев Иван Григорьевич, малмыжский мещанин	Челябинск, здание конторы	Российское	Русский
Чита	Голандсков Гавриил Егорович, казак области Войска Донского	Чита, здание конторы	Российское	Русский

Город	Заведующий	Адрес местожительства	Подданство	Национальность
Китай, Ханькоу	Турицын Сергей Иванович, личный почётный гражданин	Ханькоу, здание конторы	Российское	Русский
Великобритания, Лондон	Веневитинов Николай Николаевич, личный почётный гражданин	Лондон, здание конторы	Российское	Русский
Великобритания, о. Цейлон, Коломбо	Титов Иннокентий Васильевич, кунгурский мещанин	Коломбо, здание конторы	Российское	Русский
Великобритания, Индия, Калькутта	Ампенов Всеволод Павлович	Калькутта, здание конторы	Российское	Русский
Голландия, о. Ява, Батавия	Мельроз Джон Гильмор, гражданин города Эдинбурга	Батавия, здание конторы	Велико-британское	Англичанин

сортах продаваемого чая, а также о том, куда тратились «чайные» деньги, легли в основу разнообразных тематических мероприятий, игр-квестов не только на территории Бурятии, Хакасии, Свердловской области, Пермского края, Удмуртии, Самарской области, но также в Москве и Подмосковье, в Крыму, там, где когда-то велись продажи знаменитого «губкинского» чая.

Библиографический список

1. Губаревич-Радобильский А. Чай и чайная монополия. Опыт исследования основ обложения чая в России. — СПб., 1908.
2. Исторический очерк двадцатипятилетней деятельности торгово-промышленного товарищества Преемник Алексея Губкина А. Кузнецов и К0. 1891-1916. — М., 1917.
3. Кунгурский городской архив. Ф. 288. Оп. 1. Д. 147.
4. Объявления // Иллюстрированный путеводитель по реке Каме и по реке Вишере с Колвой. — Пермь: изд. Типолитография пермского губернского правления, 1911.
5. Российский государственный исторический архив (РГИА). Ф. 23. Оп. 24. Д. 86.
6. РГИА. Ф. 23. Оп. 28. Д. 637-638.
7. РГИА. Ф. 40. Оп. 1. Д. 30.
8. Справочная книжка Нижегородской ярмарки на 1903 год. — Н.-Новгород: изд. Нижегородской ярм. конторы, 1903.
9. Субботин А.П. Чай и чайная торговля в России и других государствах. Производство, потребление и распределение чая. — М., 2017.
10. Центральный архив Нижегородской области. Ф. 491. Оп. 288. Д. 249.
11. Центральный исторический архив Москвы (ЦИАМ). Ф. 764. Оп. 1. Д. 5.
12. ЦИАМ. Ф. 764. Оп. 1. Д. 12.

ПУТЕШЕСТВИЕ ГЕОГРАФА. ОЧЕРКИ И ЭССЕ

В.Л. Каганский

Институт географии РАН

УДК 910.911

ТЕОРЕТИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ЭТЮДЫ. Х. ЛЕНТОЧНЫЕ БОРЫ РАВНИННОГО АЛТАЯ*

Насыщенное описание конкретного места на широком концептуальном фоне; жанр — теоретико-географическое эссе. Ленточные боры равнинного Алтая рассмотрены как источник и иллюстрация общих теоретических и методологических идей, понятий и концепций. На материале теоретического описания конкретного ландшафта развиты представления о ранее неизвестных типах границ, переходных зон и экотонов, ситуаций районирования. Боры рассмотрены как комплексное благо и проективный тест для местного населения. Часть представлений приложимы не только к ландшафтному пространству, но и пространству науки.

Ключевые слова: *аттрактор, географическое положение, география, граница, зональность, культурный ландшафт, ландшафт, ландшафтная невменяемость, ленточный бор, лингеамент, отграничение, переходная зона, полимагистраль, разграничение, разнообразие, районирование, ресурс, уникальность ценность, эконет, экотон.*

V.L. Kaganski

Institute of geography, Russian Academy of Sciences

THEORETICAL AND GEOGRAPHIC STUDIES. X. TAPE BORES OF THE PLAIN ALTAI

Rich description of a particular place on a broad conceptual background; genre - theoretical essay. Belt burs of plain Altai are considered as a source and illustration of General theoretical and methodological ideas and concepts. On the basis of the theoretical description of a particular landscape developed ideas about previously unknown types of boundaries, transition zones and ecotones, zoning situations. The forests are considered as a comprehensive benefit and a projective test for the local population. Some of the representations are applicable not only to the landscape space, but also to the space of science.

Keywords: *attractor, geography, boundary, zoning, cultural landscape, landscape, landscaped insanity, band, Bor, lineament, delimitation, transition zone, primarystring, distinction, diversity, zoning, resource, uniqueness, value, econet, ecotone.*

© Каганский В.Л., 2019

Каганский Владимир Леопольдович,

к. геогр. н., старший научный Института географии РАН, г. Москва,
kaganskyw@mail.ru

* Исследование выполнено в рамках Государственного задания ФГБУНИГРАН №0148-2019-0007 (НИОКТРААА-А19-119021990093-8) «Оценка физико-географических, гидрологических и биотических изменений окружающей среды и их последствий для создания основ устойчивого природопользования». В данном издании печатается полная версия статьи; краткая версия: Каганский В.Л. Ленточные боры равнинного Алтая глазами путешествующего теоретико-географа // Изв. АО РГО. 2017. №2 (45), с. 130–142.

Ленточные боры — сосновые травяные и травяно-кустарничковые леса, тянувшиеся полосами шириной 5–40 км, вдоль рек, по песчаным древнеаллювиальным отложениям

(Википедия).

При обследовании Боров в ходе маршрутов, наблюдении, интерпретации, концептуальной спекуляции и теоретизировании использованы и иногда развиты следующие концепты:

- Арманд А.Д. (характерное время геосистем),
- Викторов А.С. (рисунок ландшафта),
- Гирц К. (насыщенное описание),
- Гумилев Л.Н. (население и вмещающий ландшафт),
- Ефремов Ю.К. (комплексное ландшафтоведение, районистика),
- Зворыкин К.В. (районистика),
- Кожара В.Л. (классиология как направление),
- Куприянова Т.П. (методика районирования),
- Лейзерович Е.Е. (методика районирования),
- Люри Д.И. (границы ландшафтов),
- Мильков Ф.Н. (комплексное ландшафтоведение, речные долины),
- Миркин Б.М. (континуум растительности),
- Нёттер Э. (симметрии и законы сохранения),
- Полани М. (личностное знание),
- Разумовский С.М. (границы климаксных сообществ),
- Раменский Л.Г. (морфология ландшафта),
- Риттер К. (предназначение места),
- Родоман Б.Б. (теоретическая география, типы районов и границ),
- Салтыков А.Н. (леса в степи),
- Семенов-Тян-Шанский В.П. (комплексное ландшафтоведение),
- Солнцев В.Н. (пространство ландшафта),
- Солнцев-Эльбе Н.А. (литогенная основа ландшафта),
- Таргульян В.О. (характерное время геосистем),
- Фейерабенд П. (эпистемологический анархизм),
- Фирсова А.В. (ландшафт как образовательная среда),
- Чебанов С.В. (классиология, типы понятий),
- Черных Д.Н. (ландшафт ленточных боров),
- Шварц Е.А. (эконет),
- Шрейдер Ю.А. (классиология, сложные системы).

Текст написан в давно принятом жанре¹: библиографические ссылки сведены к минимуму, курсивом выделены ключевые суждения, важнейшие понятия — **полужирным курсивом**, авторские понятия **подчеркнуты**. Разъяснения общих сюжетов вынесены даны в концевых сносках. Ссылки на собственные работы даны лишь для указания более подробного рассмотрения сюжета или для необходимого напоминания о приоритете.

Летом 2014 года, в год своего юбилея, я путешествовал **по Алтаю**, начав **в Барнауле**. Но мое главное внимание как путешественника-теоретика привлекало иное. **Теоретическая география** — теоретическая составляющая общей географии. Для нее ландшафт един, без методологического разрыва, изоляции и когнитивной конфронтации природных и культурных компонентов и соответствующих им дисциплин / направлений. Эти компоненты «нераздельны и неслияны» и морфологически сходно трактуются. **Путешествия** — особый, характерный и чрезвычайно существенный компонент и атрибут теоретической географии В.П. Семенова-Тян-Шанского – Б.Б. Родомана – В.Л. Каганского.

и комментарий

Отсюда и мое стремление в знаменитые **ленточные боры**. Впервые за 40 лет многое удачно сошлось — подходящий сезон с ясной нежаркой антициклональной погодой с отличной видимостью; время, силы и деньги; отработанная техника (не методика!) путешествия; советы крупного местного специалиста. Пешие маршруты составили около 50 км, наблюдения с автотранспорта — около 250 км; я путешествовал по борам от Барнаула до настоящей степи в 100 км к юго-западу от него. Я ходил маршрутами и поодаль боров, и параллельно им и постепенно приближаясь, и строго перпендикулярно и пересекал дважды, шел по опушкам с разных сторон, внутри и наружу, вдоль и поперек.

Коль скоро природный ландшафт боров хорошо изучен и описан [1, 8], я укажу лишь концептуальные интерпретации. Они начали возникать при первом соприкосновении с борами, разрастались в маршрутах и стали большим семейством концептов. **Боры столь ярки, что для их понимания нужны десятки понятий и идей, частью новых; они зорительно просты — умозрительно сложны.**

Уникальные места. Комплексные линеаменты. *Ландшафт поверхности Земли — сообщество уникальных мест.* Ленточные боры равнинного Алтая именно таковы. Длинные — сотни километров, стремительно прямые, ясно читаемые в поле, с самолета, на картах и космических снимках, резко контрастирующие с фоновым ландшафтом почти всем — формой, рисунком ландшафта, микрорельефом, грунтами, водами, растительностью, ее жизненными формами, микроклиматом, почвами, хозяйственным использованием; видом, цветом, запахом, вкусом воздуха и воды. Яркий, красивый, резкий контраст: сочно-зеленая стена курчавых сосен — плоская, тусклово-желтая равнина. Горизонталь и вертикаль.

¹ Теоретико-географические этюды // Культурный ландшафт и советское обитаемое пространство. М.: Новое литературное обозрение, 2001, Россия=Франция // География. 1-7 авг. 2002 г. № 29, с 2-8. <http://geo.1september.ru>. Выяснилось, что насыщенное описание (конкретного места) в смысле К.Гирца, но с более широкими концептуальными ассоциациями.

Сетей геотектонических трещин на Земле немало, есть столь же прямые и куда более протяженные, но это не комплексные природно-культурные ландшафты; отдельные компоненты, а не весь ландшафт. **Боры — одна из крупнейших сетей комплексных ландшафтных линеаментов** Географической оболочки Земли. Боры хорошо наблюдаются с орбиты (не раз отмечали космонавты; увы, среди полуутысячи космонавтов и астронавтов не было ни одного географа; это всё, что нужно знать об интеллектуальном и культурном статусе географии). И уж наверняка — это крупнейший и интереснейший ландшафтный линеамент во всей **Северной Евразии. Планетарный уникум.**

«Алтай» это яркие образы — красивейшая горная страна, легендарная гора Белуха, редкостной красоты Телецкое озеро, Бирюзовая Катунь, таинственно-манящее плато Укок, мифическая Шамбала, «Алтайская принцесса». Место секулярного паломничества настоящих самодеятельных походных туристов «без моторов»² [2]; модный туристический бренд; предмет заботы и тревоги экологов. Все так. Но таких горных стран на планете десятки; их и в России не одна и не две. Такого же сгустка длинных комплексных прямых как струны ландшафтных линеаментов — нет. Их куда меньше, нежели горных стран, они и реже. Трудно соизмерять уникальность мест, но если использовать сравнительную степень, то **ленточные боры алтайских равнин уникальнее Горного Алтая.**

Природа не геометрична — она морфологична, геометризм — огромная редкость. Такова и географическая оболочка Земли. Линеаментов немало — но прямолинейных линеаментов совсем мало. Боры — **исключение.** Они прямы, как марсианские каналы; неважно, что это за образования и есть ли они. **Суперлинеаменты земного ландшафта.** Их исключительность усиливается огромной протяженностью отдельных боров и общей, геометрической правильностью, выраженностью во всех компонентах природного и культурного ландшафта, ландшафтотворческой ролью на громадных территориях. Это не просто сквозные «царапины» на земной поверхности, а линейные оси ландшафта, сопоставимые лишь с огромными реками.

Неясно, преобладает ли континуальность или дискретность в географической оболочке / биосфере и ландшафтной сфере; неясно, как именно это выяснить и доказать, и что будет аргументами. Но дискретных тел и линейных

границ в природном ландшафте мало; антропогенный же ландшафт, напротив, изобилует дискретными телами. Ленточный бор — **природное дискретное тело.** Его дискретность дана не в одном масштабе — в широком спектре масштабов, совершенно четкая линейная дискретность боров бросается в глаза на картах масштабов, различающихся в тысячи раз. **Боры дискретны на шкале характерных расстояний от метров до сотен километров**, в порядковом интервале 10^0 — 10^6 м. На границах боров очень резко меняются (почти) все компоненты ландшафта. Идешь полями — зерновые сплошь в сорняках, всё блекло-тускло желтое, жаркое, душное, пыльное. Плоское низкое сухое тусклое чахлое царство — и вдруг, сразу, один длинный шаг — и мир иной: высокий, мощный, зеленый, влажный. Настоящий соняк. Сам воздух живой, пахучий, бодрящий-прохладный, микроклимат меняется скачком. Два метра разделяют самую настоящую лесостепь, даже степь — и настоящий лес. Обычно такие скачки связаны с крутыми стенками в рельефе — здесь же меняется весь ландшафт. А как же опушка, переходные зоны? — об этом ниже.

Южный Север. Во всех смыслах **юг Западной Сибири**, включая равнинный Алтай — юг и России, и всей Северной Евразии, это **Средняя Евразия.** Лесостепи и степи, летняя сушь и жара, черноземы, дефицит влаги, оставшаяся кое-где (самовосстанавливающая) степная растительность со злаками и даже ксерофитами, акация, сочные помидоры и арбузы на рынках, южный говор... И в этой распаханной лесостепи буквально высится большие длинные мощные полосы севера. После уныло-однообразной южной сплошь распаханной степи взгляд радуется. Дело отнюдь не только и не столько в сосняках — сосна-то по пескам идет повсюду вплоть до Средиземноморья. Северный лес, сплошные ковры брусничников, на грибы почти наступаешь, мхи, обилие лишайников. Что брусничников — ягель в таком обилии, что взгляд просто ищет северных оленей. Не знаю, как с волками — а белок, зайцев и даже лису (мельком) сам видел. Север на юге. **Южный Север.**

Рефугиум. Боры запечатлели природную и человеческую историю. Убежища истории. Природный экспонат палеогеографии. Могучий, массивный, устойчивый **рефугиум** (убежище) для большого пространства и времени — нетипичные нефоновые редкие растения; есть и эндемики. Верно, и убежище для иных царств природы — мхов и лишайников изобилие. Рефугиум устойчив — у сосняков мощный потенциал самовосстановления, они вырастают вновь и вновь после нередких по-

² Вымирающее-исчезающее племя, раритет — его был следовано в приемлемой форме сохранить как элемент культурного ландшафта и наследия в силу культурной ценности, экзотичности и малой изученности.

жаров и восстановились после массированных рубок XVIII века для нужд тогда процветавшего здесь горного дела. Увы, не знаю, что здесь климакс. Если близко нет ели и здесь климаксное сообщество ельник, а не дубрава, то это **диаспорический климакс** С.М. Разумовского; если же ель есть в округе — то это **субклимакс**.

Азональные ландшафты. Образцовый азональный ландшафт — ландшафт-учебник! Посреди огромных массивов лесостепей и степей — прекрасные, настоящие северные леса. Иная литогенная основа. Не пятна песка — массивы. Не отдельные компоненты и фрагменты ландшафта — весь ландшафт. При абсолютной и относительной узости боров они совершенно иные ландшафтом (да и всем пейзажем), нежели их соседи. Здесь мощный хвойный лес и степь разделены метрами, а в зональной системе — полутысячей километров.

Азональные ландшафты подразделяются на **экстразональные и интразональные**. Первые — вкрапления ландшафтов одних зон в иные зоны; боры — фрагменты зоны сосновых лесов в лесостепи, поэтому они экстразональны. Интразональные ландшафты также отличны от фонового ландшафта, но соответствующей им зоны не существует; важнее, что такой зоны в системе природной зональности существовать не может — но это не выводит эти места из сферы действия зональных закономерностей ландшафтов. Есть пойменные ландшафты — но нет зоны пойм; поймы интразональны. Но всё отнюдь непросто — в степи и тем более в лесостепи реальный и тем более «восстановленный ландшафт» (природный ландшафт «каким он был до человека?» или «каким он был бы без человека?», модальность недоопределенна) содержит немалые лесные массивы, и из хвойных часто именно сосняки (и лиственничники), а не ельники. Однако есть трактовка таких зон не как чисто однородных» районов, а как пестрых районов, а их существенный признак — характерные сочетания разных типов ландшафтов. Тогда верховые болота, поймы и сосняки на песках — общие интразональные компоненты многих зон; сосняки же могут рассматриваться и как зональные и как экстразональные.

Полная аналогия для культурного ландшафта — антропогенная зональность «центр — периферия», тогда горнозаводские ландшафты интразональны (такой зоны не существует, но именно и только в рамках этой схемы), а небольшие скверы в центрах мегалополисов, несущие символически-рекреационные функции экстразональны, поскольку их рекреационно-парковая зона в этой системе существует, но ее основной массив находится дальше от цен-

тра системы. Интересен в этом смысле статус природно-заповедных ландшафтов: удаленные от центров культурного ландшафта заповедные ландшафты зональны, а природные заповедники близ городов — экстразональны.

В учении о природной зональности отнесение ландшафтов к зональным/азональным основано на типе ландшафте и пространственном положении. Боры потому азональны, что находятся вне основной территории лесной группы зон, а поймы — из-за отсутствия зоны пойм. Предположим, что ширина боров — не 10 км, а 100, и их на алтайских равнинах вдвое больше, тогда они займут половину территории. Будут ли тогда боры азональны? Равно и поймы: в Западной Сибири широченные поймы Оби, Тобола, Иртыша местами сомкнулись и на площади порядка 100 000 км² преобладает именно пойменный ландшафт — сам наблюдал и с земли, и с воздуха. Аналогичны и почти сливающиеся массивы горнозаводского ландшафта в Кузбассе — и они азональны? Значит, понятие азональности предполагает и абсолютный и относительный размер ландшафтных выделов. Для признания выдела азональным его размер должен попадать в определенный диапазон, определенный размерный класс. Можно ли назвать и крошечное ландшафтное пятнышко азональным — или же оно должно быть больше того минимального ареала, где ландшафт реализуется полностью?

Сформулирую обобщающее суждение. *Каждый ландшафтно-географический феномен, место, отдельность, район, зона природного / культурного ландшафта, система районов и зон, пространственная форма, понятие, суждение, заключение, вывод, регулярность, закономерность, концепция, теория, идеальный объект осмыслены исключительно в определенных и размерных и масштабных диапазонах.*

ii комментарий

Широтная зональность (как и секторность и высотная поясность) — структура не только природного ландшафта, но и культурного ландшафта на лесохозяйственной и аграрной основе. Боры — природные азональные и **культурные азональные ландшафты**. Боры требуют всего спектра понятий, описывающих явления зональности.

Миноритарные и мажоритарные ландшафты. Зональные ландшафты — **мажоритарные** (территориальное большинство, преобладают в целостных районах), азональные — **миноритарные** (территориальное меньшинство); но и это тоже проблема масштаба. Боры — яркий миноритарный ландшафт. Зональные ландшафты мажоритарны, но их экстразональные выделы вне пределов

основных зон миноритарны. Интразональные ландшафты в пределах природных районов среднего и высшего (район, провинция и т.д.) ранга миноритарны. Но если быть последовательным, то пару понятий «зональность – азональность» и «мажоритарность – миноритарность» правомерно применять в первом случае лишь для заданной (принятой) системы зон а во втором случае – лишь для заданной системы районов.

Естественные границы. Пространственная интуиция и профессиональное знание контрастирующие с фоном линейные образования, чья длина на порядки больше ширины видит либо как магистрали, либо как **границы** (ниже поясню, что союз «или» здесь не фиксирует противопоставления). Это относится к ландшафтам и ко многим иным пространствам.

Боры — буквально **естественные границы**, они есть и даны как несомненные отчетливые, контрастирующие с фоном отдельности ландшафтного покрова, а не явились результатом процедур районирования, наложения границ на районируемый материал. Это не продукт семиотической дискретизации сплошного ландшафтного покрова. Боры – границы в том смысле, что они разграничают ландшафтное пространство; будь они замкнутыми, это стало бы еще яснее. Будучи границами, они отличаются от вышеназванных границ, конструируемых в ходе процедур районирования, районизаций типологически и по сущности, по методологическому и онтологическому статусу. Это ландшафтные тела, которым наше профессиональное знание и видение присваивает **статус границ** исходя из их морфологии, включая и функции. Далеко не все границы таковы: смещение недопустимо, хотя и обычно. Боры как границы существуют как ландшафтные тела в географической оболочке, границы как результат районизации — в когнитивно-семиотической реальности, в знании, в сознании, на карте.

По обе стороны боров ландшафты на огромных территориях одинаковы, тождественны с точностью до типа ландшафта; визуально местами неразличимы. Бор — **разделяющее, но не различающее**. Такие границы, «сами собой» задающие различные ареалы независимо от сходства / различия их ландшафтов — конфигурационные (Б.Б. Родоман). Боры нарезают, делят степно-лесостепное пространства на «порции» таких районов, оформляя его буквально (в идущем от Аристотеля смысле — задавая форму). Пример конфигурационного района — остров; живые изгороди Боров задают и окаймляют степные острова-поляны.

Ландшафтообразующие факторы по Ю.К. Ефремову подразделяются на **комплексообразующие** и **контурообразующие**;

пространственные границы — именно последние, тогда боры — **контурообразующие границы**; ландшафтных комплексов «порций» степи они не формируют (о кромках боров ниже, их-то формируют), но формируют сами порции ландшафта. Аналогичны и административно-политические границы в советско-постсоветском пространстве, но последние лишь частично аналогичны борам, поскольку это компонент комплексообразующего районирования. Локально же фрагмент административной границы высокого ранга, особенно государственной (учитывая пограничную зону) вполне аналогичен борам. Границы боров, как и крутые склоны как границы районов неполные и незамкнутые. Но Т.П. Куприянова показала, что таково чуть не большинство собственно природных границ (закрепленных в картах научных районирований), а до полных (замкнутых) они достраиваются достаточно условно.

Линейность границ. **Границы линейны** в двух дополнительных аспектах, двух ортогональных направлениях. Во-первых, по простиранию, в продольном направлении линейность границы — её **прямолинейность**. Во-вторых, «по падению», в поперечном направлении, **линейность** — относительная незначительность ширины. Если ширина бора порядка 10 000 м, а ширина его границы с фоновым ландшафтом лежит в интервале «1 – 10 м», то доля границы в общей ширине бора составит $1/1000$ – $1/10000$, что чрезвычайно мало, это почти **плечевая граница**. Ландшафтных границ, резких (узких) и прямолинейных одновременно крайне мало. Тогда граница бора линейна в двойном смысле. Но, трактуя сам бор как границу, получаем иное соотношение ширины бора к ширине заданного им района: $1/10$ – $1/50$.

Бор — линейная граница, а его граница — **линейная граница второго порядка**. Случай отнюдь не частый, но таковы же и границы долинно-пойменных ландшафтов в видении Ф.Н. Милькова.

Барьерные и контактные границы. При подразделении **границ** по преобладающей функции на **барьерные и контактные**³, оказывается, что боры как границы в разных аспектах выполняют разные функции. Боры выступают барьерными границами для перемещения элементов флоры и фауны; хотя это не непроницаемые барьеры. Эта же функция осуществляется для переноса воздуха в приземном слое атмосферы, паров воды и частиц пыли и т.д.

³ Каганский В.Л. О территориальных границах. – Курсовая работа IV курса Географ. ф-та МГУ, М.: 1975. Опубликовано Географические границы: противоречия и парадоксы // Географические границы. М.: Изд-во МГУ, 1982, с.7-19. Первая редакция текста была юбилейной работой — 40-летие научной деятельности от первого опубликованного и цитирующегося до сих пор результата.

Если бор функционально суть барьерная **граница-фильтр** (чтобы счесть бор границей-мембраной он относительно слишком широк), то его границы, напротив, оказываются контактными. *Граница барьерной границы — контактная граница*. Это выражается в эффекте опушки. Наличие такого краевого эффекта — функция не только различия ландшафтов, но их сравнительных размеров. Эффект опушки существенен, если смежные места шире некоторого **критического размера**. Если бы ширина боров исчислялась метрами (лесополоса), то граница была бы более проницаемой — и потому менее барьерной. Ее ландшафт был бы менее специфичен даже при той же самой лигогенной основе, том же самом зональном положении и том же виде-доминанте, а значит, как менее контрастная граница она была менее контактной. Оушки как таковой тогда бы не было, вернее — сама лесополоса была бы такой «опушкой». *Ширина бора* — как и подобный размер мест — **существенный параметр, характерный размер⁴**.

Граница как трасса и центр. Бор как та-ковой — одновременно контактная граница в двух аспектах, сопряженных с разными масштабами и характерными направлениями. Во-первых, именно сам бор как узкая лента обеспечивает контакт двух типов ландшафтов; учитывая узость боров и резкость контраста контактность значительна. Но контактная функция реализуется не только в поперечном направлении, но и в продольном — бор служит **трассой** для многообразных перемещений, устойчивой колеей; сами боры — результат и след таких перемещений, флювиогляциальных потоков. Это иллюстрация общего теоретического вывода. Еще в 1975 г. я выдвинул тезис: *трасса — функционально (контактная) граница, такая граница-трасса. Контактная граница обеспечивает свою функцию сразу в двух дополнительных ортогональных направлениях*. В этом пространстве есть только эти два **характерных направления** в точном смысле, и поэтому контактная функция реализуется универсально, по всем направлениям. Однако место, чья контактная функция реализуется по всем направлениям — **центр**. Такие границы функционально суть центры — и этот вывод теоретический и получен ранее. Здесь граница — **линейный центр**.

Все ли / всегда ли пороговые границы контактны и в продольном направлении, — сложный открытый вопрос. Ответ же на вопрос — всегда ли пороговая граница функционально контактна в поперечном направлении положителен, только и, если только полагать, что

всякий контраст соседних мест порождает их взаимодействие. И тогда их интенсивность тем больше, чем сильнее контраст; здесь значительный. Теоретически это очевидно. Для природного ландшафта и полноценного культурного ландшафта это несомненно, но для вырожденного случая, **советского анти-ландшафта** — все ровно наоборот; где уж были значительнее и резче различия, выше контраст, нежели у территорий по обе стороны границы СССР — и эта граница была абсолютно барьерной, агрессивно-барьерной, **границей-фронтом**. (Однако и здесь была особая контактность — милитаризованная пограничная зона СССР как базы взаимодействия между территориями по разные стороны границы СССР путем агрессии или ее угрозы).

Во-вторых, контактна сама граница бора — пороговая граница Б.Б. Родомана: линия контакта разных ландшафтов. Именно на этой границе идут активные взаимодействия. Видимо, *резкость границы усиливает интенсивность трансграничных взаимодействий*; биологический аналог — тоненькая граница живой клетки. Сам Бор — тоже аналог такой границы. Однако клетка, прототип для «изобретения» ландшафта в научной географии (наряду с организмом), существенно более целостна, нежели большинство географических районов (особый случай — острова); географическая же оболочка целостна скорее в силу замкнутости, а не морфологии и тем напоминает островные сухопутные ландшафты; в сущности, биосфера и граница, и остров.

Симметрия и асимметрия границ. Разграничение и отграничение. Проведу новое различие, выделяя **симметричные** и **асимметричные** границы. Предварительно и огрубленно скажу, что если разделенные границей ареалы можно «поменять местами», то это и означает симметрию их общей границы.

iii комментарий

Это различие имеет два аспекта.

Во-первых, в силу применения разных процедур районизации. **Разграничение** — разделение двух априорно и абсолютно равноправных ареалов с общей для них (иногда общей для всей сети районирования) единой единственной позиции (симметрия); **отграничение** — выделение единичного ареала из фона на основе единичной позиции, связанной именно с этим ареалом (асимметрия); комплекс таких единичных ареалов и образует сетку районирования. Такая единая позиция сама может быть явно пространственно-определенной (заданной) — например членение района на подрайоны, и пространственно-неопределенной. Все районирования, высший ранг которых географическая оболочка относятся к

⁴ Прорыв А.Д. Арманда и В.О. Таргульяна (характерное время) одинок.

первому случаю; это сильное разграничение. Иной случай пространственно-определенной позиции, когда расчленяющее — само компонент ландшафта; в простейшей случае долина реки состоит из левобережья и правобережья, а река выступает как расчленяющее. Ровно тоже самое относится и борам. Пространственно неопределенная позиция имеет примером расчленение на основе экстерриториального критерия, напр. расчленение географической оболочки на сушу и море или на равнинные и горные природные страны, но только в том случае, если не имеет место шкалирование, к каковому относится упорядочение районов по высоте.

Реальное районирование обычно результат совмещения районов и даже отдельных границ, полученных разными способами и процедурами, исходя из разных оснований и позиций. Так, в общем случае это означает, что один и тот же район ограничен «с разных сторон» в простейшей формулировке по разным признакам; иначе говоря, в терминологии теории классификации он по-разному задается и определяется локально с разных сторон.

iv комментарий

Известно, что классификация как вид систематизации довольно точно (хотя и неполно) представима как районирование признакового (фазового) пространства [3]. Тогда сказанное, что и классы в этом смысле гомологичны районам своей «многосторонностью». Тогда следует уточнить ранее введенное представление о классификации посредством обращения к районированию. *Классификация — однородное мозаичное районирования фазового пространства.*

Принято считать, что однородное районирование — только сложный комплекс разграничений и даже их сумма; в частности, это неявный постулат комплексного ландшафтного районирования (неявный — потому что в этом направлении рефлексия также неявно, но твердо запрещена); однако для него Т.П. Куприяновой показано (в иных терминах), что это отнюдь не так; немало ярких природных районов выделены как контрастные ядра на монотонном фоне, то есть ограничением. Очевидно, что есть и более простое доказательство широкого использования асимметричных границ — учет рельефа начиная с выделения гор, предгорий и проч.

Узловое же районирование строится преимущественно как комплекс отграничений; комплексные районирования нередко (точнее сказать не могу) начинают с выделения «очевидных» районов ограничением, после чего наступает черед разграничения. Именно такова методика знаменитой сетки Е.Е. Лейзеровича.

v комментарий

Во-вторых, указанное различие связано (иногда даже обязано) с особенностями предмета районизации. Если граница разделяет тождественные ареалы, что нередко для конфигурационных и обычно для экстремальных границ (напр. границ структурно и функционально однотипных единиц советско-постсоветского административно-территориального деления), то налицо **симметричные границы** в строгом смысле — и боры как границы именно таковы; границы могут быть симметричными и в иных случаях. (Пока рассматривается неоднородное, но изотропное пространство).

Этим ситуация не исчерпывается, поскольку для симметрии границ необязательно, чтобы разграничиваемые районы были тождественны. Разграничение обычно для районирования без выделенной локальной позиции (присущей только части районируемого пространства), «районообразующего» центра. *Все границы районов однородных районирований симметричны.* Строже говоря, симметричны границы лишь мозаичных, то есть не зональных однородных районов. Границы зон и зональных районов тогда оказываются «слабо асимметричными» в силу атрибутивного для зональности выделенного направления, то есть анизотропности пространства.

При наличии выделенной локальной позиции в районизации (еще один эквивалент анизотропности) границы **асимметричны** во всяком районировании, и в однородном, и в конфигурационном; асимметричны границы таких районов как Предуралье, Зауралье, Заволжье. При наличии же действующего центра, в коннекционном районировании *все границы асимметричны* (кроме границ тех секторов, что точно совпадают с радиальным характерным направлением). Яркий пример асимметричной границы как результата ограничения прямо в реальном теле ландшафта — граница **империи**, центрированного анизотропного пространства с выделенной и буквально особой, привилегированной позицией и сильными качественными различиями направлений, — односторонняя и асимметричная. Аналогична граница Москвы со своим «заграницем» — Замкадье.

Процессы и типы границ. Пока не рассматривались потоки в ландшафтах. Если учесть движение воздушных масс — боры выполняют влагозадерживающую функцию — то они оказываются асимметричными границами. *Наличие выделенного, привилегированного направления движения эквивалентно анизотропности пространства. Анизотропия пространства и/или наличие потоков, пере-*

секающих границы, делает их асимметричными; это утверждение опять теоретическое. **Наличие направления движения — характерного направления — анизотропия:** это лишь разные аспекты и характеристики одного и того же явления. Естественно, что подветренные и наветренные стороны боров различаются; визуальный индикатор — более разнообразные формы крон сосны на наветренных краях боров и большее богатство подлеска на подветренных краях боров, что я сам с удовлетворением видел. Функциональная асимметрия боров приводит к изменению действий боров как границ — они начинают дифференцировать прилегающие к ним полосы степей по основанию «наветренность — подветренность». Поскольку в типологии границ этот случай не известен, то введу новое понятие для описания этой функции — **дифференцирующие границы:** генерирование границами различий ландшафта по обеих сторонам. **Все асимметричные барьерные границы — именно дифференцирующие.** Пандан дифференцирующим границам налицо и **унифицирующие границы;** некоторые подтипы экстремальных границ — именно таковы; таковы административно-политические границы советском пространстве, водоразделы по плакорам. Видимо, асимметричные границы, особенно в анизотропном пространстве более активны именно как контактные границы.

Теоретически нужно предположить, что при устойчивых направлениях господствующих ветров длительное время боры смещаются по направлению ветра, подобно **дюнам.** Это фантастично, но предположение все же стоило бы проверить.

Ситуация соседства. Если ситуация соседства симметрична, то симметричны и границы. Условия симметричности соседства таковы. 1) Изотропное пространство; в моноанизотропном пространстве (одно характерное направление) симметричны лишь те границы, чье направление (простирание) совпадает с направлением градиента; в полианизотропном пространстве (два и более направления) все границы асимметричны. 2) Смежные ареалы сопоставимы в существенных отношениях (площадь, удельные показатели типа антропогенной нагрузки; активность, насыщенность ресурсами / энергией). 3) Относятся к одному типу районов. Тогда **симметричные в сильном смысле границы, каковыми все границы считаются по умолчанию — огромная редкость, исключительный очень частный случай.** Боры как границы без учета потоков (ветра) — симметричны, при учете потоков — асимметричны. Но границы самих боров асимметричны по всем основаниям — анизотропное

пространство, несопоставимые ареалы разных типов разной насыщенности биотой, выделенные характерные направления.

Ситуация переходной зоны. Линейно-резкие границы и (широкие) переходные зоны — полярные, логически противоположные типы соседства мест. Это противоположность наличия границ и их отсутствия, поскольку теоретически максимальный предел развития системы переходных зон — **пространственный континуум**, особенно с монотонной дифференциацией (не только без границ районов и зон, но и без ядер, без оснований для самих зон). Сюда представление о границах просто не вложимо. Это не теоретическая спекуляция, именно на этом противопоставлении основываются две основные парадигмы (или это школы?) в геоботанике. Обе они признают закономерности пространственной упорядоченности растительности, но совершенно по-разному видят наличие комплексов растительности. В первой парадигме существуют дискретные отдельности — сообщества, а во второй их существование полностью отрицается. Ситуация носит достаточно общий характер.

Однако такая однозначно ясная ситуация соотношения границ и переходных зон реализуется только в статическом случае, если не рассматривается или игнорируется взаимодействие соседних мест. Когда такое взаимодействие рассматривается, то ситуация оказывается радикально иной, и возникает один из многочисленных парадоксов границ. Линейная резкость границ в общем случае обязана значительности различий типов ландшафтов смежных мест, разделенных границей. Дело в том, что **переходные зоны** (экотоны) возникают лишь при относительно небольших различиях соседних мест. Трудно даже помыслить обычную переходную зону между ледниками и степными ландшафтами или дворцово-парковым и горнозаводским ландшафтом. **Классические переходные зоны, сочетающие черты и компоненты ландшафтов соседних мест возможны только при относительно незначительных различиях этих ландшафтов.** В геоботанике классический экотон обязан своему существованию достаточно большому перекрытию диапазонов экологических амплитуд растительности смежных мест, то есть их сходству; грубо говоря, одинаковая растительность в таком случае в общем может существовать по обе стороны границы, но менее полноценно. В случае же резкой границы существенно различающихся соседних ландшафтов это перекрытие незначительно и переходная зона, во-первых, сравнительно узка, и, во-вторых, чрезвычайно бедна. Ровно это и имеет место

на границе боров. (Но именно резкость перехода и значительный контраст соседних мест должны стимулировать активность взаимодействий). При полном отсутствии указанного перекрытия (для природного ландшафта это вряд ли возможно, но ситуации в культурном ландшафте иногда к этому приближаются) переходная зона (обычного типа) невозможна, что автоматически означает абсолютную резкость границы. Но такие границы возможны и в совершенно ином случае, как в логике работы сукцессионной машины у С.М. Разумовского, где зрелые, климаксные (растительные) сообщества автодискретизуются и порождают четкие, резкие границы. Но это особое состояние сообщества, во-первых, конечное (финальное) и, во-вторых, всё же теоретическое.

Неклассические переходные зоны. Неизбежно существование неклассических переходных зон. Обычные переходные зоны обязаны плавности перехода главных условий среды и потому — постепенности перехода сообществ этой среды; это относится не только к растительным сообществам, но и к природному ландшафту в целом и культурному ландшафту. **Неклассические переходные зоны** — следствие резкости перехода на границе. Тогда возникает еще один парадокс. При рассмотрении функционального аспекта границ именно **резкие границы и формируют выраженные переходные зоны**. И что же — именно такие переходные зоны известны, а их специфика описана в **эффекте опушки**. Этот эффект ярко выражен и на узкой внешней кромке боров — полоса куда более густой и богатой растительности, нежели степная; выражен и во внутренней кромке боров, пристепной. **Резкие границы формируют парные переходные зоны**, но между ними, внутри еще и достаточно резкая граница; значительность скачка на пороговой границе — значительность различий ландшафтов — ведет к невозможности образования **обычной, единой и единственной!** переходной зоны, экотона. В ландшафте приборовых степей с одной буквально стороны — это уже «обогащенная степь», а в самих сосняках, по их внешней кромке — богатый подлесок из береск и акации. **Контакт и контраст современной многоэтажной городской застройки и зрелого высокоствольного леса** также формирует **парную переходную зону**. И она есть в Барнауле, как и в подмосковном Зеленограде. Ничего же «среднего» тут быть не может; а вот при обычном же соседстве поля (луга) и смешанного леса с подлеском это «среднее» — комплекс-смесь налицо. Соседство же малого города с одноэтажной застройкой с большими участками и сельской местности

с доминированием природных компонентов ландшафта как раз и формирует привычную переходную зону, привычный экотон, хорошо известный пригород как классику переходной зоны. Классические переходные зоны/экотоны, единные и единственные присутствуют (формируются) на нерезких или со слабым контрастом пороговых границах, при значительном пересечении диапазонов экологических амплитуд; резкие высококонтрастные границы дают парную переходную зону. Иным способом тот же вывод был получен при формальном анализе ситуации разграничения [4]. **Единая позиция, общий контекст, существенное перекрытие условий соседних мест, отсутствие значимых различий** создает единую единственную переходную зону; существенно различные позиции, условия, контексты создают парную переходную зону, **двойной экотон, биэкотон**.

Аналогию (или даже гомологию?) дает нам и известная в методологии науки и науковедении проблема: почему в одних случаях между смежными дисциплинами возникла одна пограничная дисциплина, а в других — две? Размышления уводят нас всё дальше от свежих, пахучих боров — но мы ещё внутри их концептуального ореола (или ареала?)...

vi комментарий

Основные типы экотонов. Не континуум порождает переходные зоны — его полярная противоположность. Теоретически нужно выделить, по меньшей мере, три полярных типа переходных зон, **три типа экотонов** по резкости границ.

Если плавность перехода сопровождается полным отсутствием самих отдельностей (для растительности сообществ, ценозов), пространственным видовым континуумом, то есть монотонной дифференциацией, то сам континуум весь и является переходной зоной, понятие которой тогда выражается и оказывается тогда излишним, как и понятие границы. Этот случай можно именовать для систематичности **экотон-0**. Пример дает изученная Л.Г. Раменским луговая растительность. Для реализации этого случая существеннейшее условие — размер отдельного растения много меньше, нежели размер выдела, ареала, района; в культурном ландшафте это может не выполняться.

Плавный переход без резкого контраста, значительное перекрытие существенных параметров смежных мест / сообществ дает известный обычный случай: единая единственная переходная зона, обогащена (напр. по видовому составу за счет фактически объединения видовых разнообразий смежных мест) по сравнению со смежными районами; **экотон-1**. В этом случае граница может рассматриваться

и как граница состояний, ландшафт «выбирает» себе состояние. Представление А.Д. Арманда о триггерных ландшафтах относится именно и только к этому случаю.

Переход скачком, высокий контраст на резкой границе, малое перекрытие существенных параметров (для растительности — резко различные диапазоны экологических амплитуд) дает полярный случай: парную, двойную двойственную переходную зону, ландшафт которой по меньшей мере не богаче смежных районов, обединен и сводится к ним; **экотон-2**.

Сверхрезкий переход/граница при отсутствии перекрытия существенных параметров дает переходную зону иного типа, *переходную только по положению*, но не по ландшафту; его новый существенный признак — наличие (вторжение, затоки) внешнего, «третьего» элемента — **экотон-3**. В созданной ранее типологии первые два типа дают переходную зону двойной принадлежности, а третий случай — двойной непринадлежности.

Известно, что недифференцирующая экстремальная граница дает переходную зону лишь по положению, а не по содержанию, в том числе и не содержанию понятий, описывающих смежных территорий. Это полоса сорняков между полей (видовой состав — никак не смесь полевых культур), а здесь узкая полоса с сорняками, угнетенными кустарниками и т.п. Такова и советско-постсоветская пограничная зона, существенно чуждая окружающим зонам; советская погранзона тем более не смешение ландшафтов разграничиваемых государств (стран). Но и у Боров граница явно пороговая. Видимо, сверхрезкая пороговая граница формирует особый, неизвестный ранее тип переходной зоны — дизъюнктивной, характерной «затоками» третьего по типу элемента. *В морфологии и типологии переходных зон еще много работы...*

Если боры и сами представимы как границы, действующие и на больших расстояниях и обладают яркими границами, то весь этот ландшафт — **лимогенный ландшафт**, созданный в своей специфике именно борами как границами. Поскольку мои маршруты не выходили за пределы ареала, заданного борами, то я практиковал не только лимнологию как исследование границ, но и **лимонаутику** как сферу жизни и путешествий в границах [7].

Ось разнообразия. Учитывая сказанное о борах в аспекте границ, вывод о боре как концентраторе биоразнообразия очевиден, и приурочено оно в основном к экотонам. Если учитывать линейность боров — то это **оси биоразнообразия**; и здесь существенна аналогия с пойменными ландшафтами. Повышенное биоразнообразие и разнообразие микроландшафтов вдоль границ известно.

Возникает вопрос — действительно ли *повышенное ландшафтное разнообразие присуще кромкам выделов именно азональных ландшафтов?* Рискну высказать гипотезу, что границы/переходные зоны собственно зональных районов в силу плавности, широты и даже размытости перехода обладают меньшим ландшафтным разнообразием. Академический интерес понятен, но в случае положительного ответа его нужно учитывать при заповедании территорий (вообще наделении мест особыми статусами), где зоны высокого разнообразия имеют особую ценность, а равно и при проектировании экологических сетей и вообще ландшафтном проектировании и планировании. С учетом узости полосок экотонов боров плотность биоразнообразия здесь очень велика, особенно учитывая функции рефугиумов.

Разнообразием биоты специфика боров не исчерпана. Боры — **комплексная ось разнообразия**, учитывая все остальные компоненты природного и культурного ландшафта и разнообразие экологических, хозяйственных и культурных объектов и функций.

Естественная лесополоса. Для окружающей степи (лесостепь здесь тоже степь ландшафтно и геоботанически — антропогенная (аграрная) степь) боры играют важнейшую роль, «кусмиря» сильные в этих местах ветра. Они препятствуют ветровой эрозии, задерживают снег — и вообще выполняют функции лесополос. **Ленточный бор — естественная лесополоса, макролесополоса.** Различия при сходстве функций существенны. Боры на порядки шире искусственных лесополос, гораздо устойчивее за счет прочной литогенной основы и существенно большей ширины, растительность и весь ландшафт спонтанно самовоспроизводится, это более устойчивое многовидовое сообщество. Боры эффективнее лесополос и меньше нуждаются в уходе. При тысячах километрах общей длины боров зона их влияния огромна — порядка двухсот тысяч километров; ее, впрочем, кажется, никто не считал. Боры — каркас экологической и ландшафтной устойчивости и разнообразия. Это **естественный каркас** экологической и хозяйственной стабильности (сельское хозяйство и весь агропромышленный комплекс) для огромных территорий, превосходящих площади самих боров на порядки. Именно на таких площадях ландшафт без боров был бы иным (это мера размера зоны влияния боров); фоновый природный ландшафт, наверное, не слишком отличался бы, а вот продуктивность и специализация сельского хозяйства заметно отличались бы, то есть отличался бы и весь местный агроландшафт.

Линейные центры. Боры — *линейные центры природных узловых районов*. Это основа земледелия и сельского хозяйства в целом и связанных с ним отраслей, да и всей сельской местности огромных прилегающих территорий, а учитывая их заметно большую обеспеченность водой, боры опять сравнимы с реками. Их сближает с реками аридных зон и семиаридных роль **каркаса земледелия**. Для таких каркасов нужно новое понятие и особая мера их размера, описывающая размер стабилизируемой территории. Аналог и отчасти — размер узлового района как функция и мера размера (мощности) его районаобразующего центра. Размер Москвы как центра можно оценивать людностью самой Москвы, а можно площадью ее сферы влияния; вторая мера имеет то преимущество, что позволяет соизмерять центры разных типов, в данном случае городские и природные центры.

Азональность, специфика, реликтовость, функции рефугиума, высокое разнообразие, обеспечение экологической стабильности дают вывод: боры — носители экологического смысла, **экофоры**.

Оси естественного эконета. Ленточный бор по естественно присущим ему экологическим функциям — важнейший элемент экологической сети, экологического каркаса — **природная ось эконета**. Поэтому абсолютно непонятно, почему боры целиком и полностью не имеют статуса особо охраняемых природных территорий, хотя налицо все необходимые атрибуты. Имея такие прочные и мощные элементы эконета, как боры, выполняющие функции и ядер и экологических коридоров, естественно было бы *достроить эконет до полной связной сети*, дополнив боры искусственными элементами, в частности, массивными, на порядок более широкими, нежели обычные, лесополосами, ортогональными борам. Это необходимо и экологически, и экономически; именно экологический каркас повысил бы продуктивность и эффективность сельского хозяйства, снизил бы риски земледелия и т.д. и т.п. То, что этого не делается, высвечивают особую роль боров как индикатора культурной ситуации; о чем ниже.

Ландшафтная и экологическая функция боров может быть обобщена. Основа карты, особенно географической — выраженное графически опорное подпространство, на котором локализуется специальное содержание. Карту можно трактовать как местность, но и местность — трактовать как карту. Система боров — **опорное подпространство ландшафта алтайских равнин**. Эта методологическая метафора оправдана тем, что весь антропогенный ландшафт «нарисован» на борах — поля,

дороги, поселения, пруды и т.д. Даже громадный Барнаул входит в этот перечень, о чем ниже.

Рисунок ландшафта. Боры обобщенно задают весь *рисунок ландшафта*, или по меньшей мере его основу. Рисунок культурного ландшафта громадной территории предопределен именно борами. Это относится и к макрорисунку, а к микрорисунку — практически целиком. «Сгущения» человеческой жизни (по В.П. Семенову-Тян-Шанскому) прямо приурочены к борам, особенно к их кромкам.

Боры — своего рода реальные и действующие параллели и меридианы. Положение относительно боров в этой местности — главный аспект географического положения и физико-географического и экономико-географического (в широком смысле). Боры сформировали **позиционные районы** — районы, контуры которых задаются, а специфика определяется положением; **позиционное пространство**. Боры — линейные оси, основы специфической зональности; и здесь они полный аналог рек. Боры здесь **естественные координаты**.

Ранее мною введено понятие **«характерное направление»**. Примеры — «север — юг» для всего природного и отчасти культурного ландшафта, для последнего — «центр — периферия». Ленточные же боры телесно воплощают особые характерные направления, как радиальная транспортная полимагистраль в узловом районе — направление «центр — периферия». Простирание, направления боров запечатлели характерные направления иных эпох, линии движения древних вод тающих ледников. Они задают систему характерных направлений — два ортогональных направления: вдоль и поперек. Направления, задаваемые ленточными борами, — основа всего каркаса ландшафта.

Природные полимагистрали. По борам текут многочисленные реки и ручьи, мигрируют животные и семена растений разных видов и т.д. Несколько сопряженных взаимодействующих трасс — полимагистраль. Боры — **природные полимагистрали; «сухопутные реки»**. По-видимому, это не просто аналоги рекам / речным долинам, но ландшафтогомологи, тем более что в определенном смысле при обобщении понятия «река» боры — палеореки — линейность, трассовость, азональность, осевость, полимагистральность и мн. др. Вдоль боров, прижавшись к ним, идут и антропогенные магистрали, тогда боры — **комплексные ландшафтные полимагистрали**, природно-культурные, как и речные долины. Это утилизирует контактные функции боров, иллюстрируя теоретический тезис: *границы выступают*

как **трассы**, в случаях сложных комплексов с несколькими трассами нескольких разных потоков — как полимагистрали. Однако в противоречии со сказанным по внешней, степной кромке боров далеко не везде проходят полевые дороги и даже тропы; внутри же боров они повсеместны.

Роль боров для культурного ландшафта еще более значительна, чем для природного. Именно вдоль боров идут основные транспортные магистрали, к ним как к рекам жмется расселение и продуктивное и устойчивое сельское хозяйство (обильный источник воды). **Ось культурного ландшафта на природной основе.**

Задают географическое положение. Боры задают **географическое положение**. Месторазвитие Барнаула генетически и морфологически связано с борами. Город возник в месте резкой смены направления Оби, где она резко меняет направление течения — идя с юга на север, под прямым углом поворачивает на запад. Это положение усилено тем, что именно до этого угла и доходит (Барнаульский) бор. Здесь и встал город. Три вида: ландшафтов (степной, долинно-пойменный и лесной) — угодий — разные наборы природных условий и ресурсов. На пересечении боров транспортными магистралями встали и поселения поменьше — Павловск, Новиха, Волчиха и др. Просто образец историко-теоретико-географической закономерности — **физико-географическое положение** (выгодное и удобное) порождает **экономико-географическое положение**. К сожалению, после Ю.К. Ефремова сюжет физико-географического положения не разрабатывается. А экономико-географическое положение давно пора переименовать: коль скоро экономика лишь частная составляющая культуры (каковая, как целое, и сама имеет экономическое измерение) то, следует говорить: **природно-географическое положение** (Ю.К. Ефремов в устных беседах термин уже ввел) и **культурно-географическое положение**: тогда **ландшафтно-географическое положение** будет комплексирующим или (иногда) синтезирующим.

vii комментарий

Ландшафты-аттракторы. Боры располагают на своей и прилегающей территории благоприятными условиями для разнообразной биоты и человеческой жизни и деятельности и потому притягивают всё новые и новые ее виды, напр. рекреацию разных форм — дачную, санаторно-лечебную, праздничную и др. Отяготении к борам поселений и наиболее продуктивного сельского хозяйства в прошлом уже говорилось. Тогда боры выступают как **ландшафты-аттракторы**.

Частично резюмируем природные и культурные и функции боров: оси разнообразия и устойчивости природных и культурных ландшафтов, линейные центры с огромными зонами влияния, контактные границы, аттракторы, основа структуры и рисунка ландшафта большого пространства, естественное средство его биопродуктивности и аграрной продуктивности, комплексные оси и полимагистрали. **Комплексная ось ландшафта, природного и культурного и его комплексный каркас.**

Специфические ресурсы. Лесные полноценные массивы в безлесной степи, особенно с водоемами — огромное благо, не только хозяйственно-утилитарное, это **огромный рекреационный ресурс, используемый крайне, вызывающе варварски**: боры во многих местах истоптаны, выжжены, разбиты незаконными автодорогами. Не всякое рекреационное угодье красиво — боры и красивы, и экзотичны на здешнем ландшафтном фоне. Боры еще и **рекреационно-эстетический ресурс.** При разделении всех ландшафтов на зональные и азональные последние по определению более экзотичны относительно зональных ландшафтов, и значит — более ценные. Приуроченность разных видов рекреации к соснякам, особенно с водоемами хорошо известна.

В живописном, экзотичном, разнообразном малолюдном, весьма комфортном и проходи- мом ландшафте, уроцища и фации которого выражено физиономически индивидуальны — от микроландшафтов полян, разнообразных естественных куртин, ручьев, рек и озер вплоть до отдельных могучих сосен — хорошо думается, творчески отдыхается / работается. Продуктивный отдых — **творчески рекреация.** Боры — важный **креативный ресурс**; в таком качестве неизвестен.

Бор — комплексное благо для многих цено- зов, сообществ, в том числе и людей, и посто- янного населения и временно пребывающих в борах. Согласно экономической теории, всякое ограниченное благо — ресурс. Бор — благо, весьма ограниченное, прежде всего территориально, хотя и не только. Значит, для бли- жайших территорий это остро дефицитный **ресурс**. Уже сейчас налицо острая конкурен- ция за него. Селитебная застройка — дачная застройка — организованная рекреация — медицинские учреждения — угодья для стацио- нарного туризма (оксюморон), пикников-шашлычников — угодье для полноценного ту- ризма и т.д. Внутри массивов боров есть даже промышленные предприятия и фактически не- малые свалки...

Очевидна существенная природоохранная и хозяйственная, познавательная, научная, культурная и экологическая роль, в том числе

как рефугиумов. Велико значение их как базы **экоморфного ландшафта** и естественной оптимизации природопользования. Рекреационная ценность велика. *Ландшафт — важный компонент образовательной и воспитательной среды, активно образовывает и воспитывает; в этом абсолютно игнорируется. Символическую ценность боров отметим ниже. Важна палеогеографическая, геологическая, историческая ценность. Небольшой, кажущийся простым ландшафт — **букет ландшафтных ценностей***⁵.

Все большее значение в экономике приобрели нематериальные, невещественные ценности и активы, и даже уже и не технологические. Даже в бухгалтерской калькуляции стоимости крупнейших корпораций доля брендовых активов доходит до половины. При резком дефиците самоопределения, поиске новой идентичности мест всей современной России огромное значение приобрели средства идентификации — **символические ресурсы**. Однако боры и тут игнорируются. Но что же лучше подходит для символа, чем красивый полезный ценный уникальный ландшафт?

Проективный тест. Важное, редкое, ценное, красивое, аттрактивное место — индикатор культурной ситуации вмещающего ландшафта. Именно такие объекты ярче всего проявляют (выявляют) отношение к ландшафтам государственных, региональных и местных властей, бизнеса, общественности, сообществ населения, особенно местного и отдельных групп людей. **Проективный тест** — это не ответы на вопросы с заданными вариантами, а свободное проецирование содержаний. Тогда ландшафт как таковой и особенно ландшафт, чьи атрибуты названы выше — **ландшафтный тест культурной ситуации**.

Боры в целом не имеют статуса особо охраняемой природной территории (ООПТ). Природоохранные законы, нормы, инструкции и т.п. не выполняются; боры не охраняются, не видно поддерживающих мероприятий. Антропогенные нагрузки чрезмерны и уже явно привели к значительной деградации боров. Их вытаптывают, выжигают, вырубают⁶, замусоривают, разбивают ездой (близ поселений разбито до четверти площади), антиэкологично и безвкусно застраивают. Культурного туризма вообще нет, что ж говорить об оборудованных

экологических тропах. Все это я видел сам. От традиционного природопользования, достаточно бережного и ориентированного на большой временной горизонт здесь, да и везде, где я бывал в России ничего не осталось. Нормы обычного права, отчасти действовавшие даже в советское время здесь также уже не действуют — так, боры кое-где перерезаются насквозь, разные группы природопользователей явно наносят ущерб угодьям друг друга и т.д. и т.п. Никакой реальной общественной тревоги и озабоченности нет или её непропорционально мало и она не привела к ощутимым полезным результатам. *Боры для местных сообществ не имеют экологической, экономической и культурной ценности*. Доминирует не просто узкоутилитарное — варварское отношение, в том числе и местного населения, в полной мере использующего даровые блага боров и, казалось бы, особо заинтересованного в их сбережении. Но если таково взаимодействие со сверхценным и чрезвычайно полезным ландшафтом — то каково же отношение к ландшафту как таковому?

Ландшафтная невменяемость.

Результат «естественного теста» ясен, буквально виден — **местное население невменяемо, не только ценностно, экологически, культурно, но и экономически** — прямое уничтожение дарового блага, что приносит огромную пользу и выгоду. **Полнейшая ландшафтная невменяемость!** Помимо прочего, боры — источник даровых ресурсов грибов, ягод, дров, наконец; явно есть и (несанкционированная?) охота. Ровно то же самое я наблюдал в иных ценных местах — в сезоне 2014 г. в Горном Алтае и на высоком правобережье Волги; неоднократно в регионе Байкала [6], на Камчатке, даже в заповедниках; в 2017 г. ситуация на Ольхоне была ужасающей во всех отношениях. Важно подчеркнуть — это невменяемо-хамское отношение не вынужденное, не вызвано особо трудными жизненными обстоятельствами, не следствие бедности, нужды или насилия — *оно совершенно добровольно*. Уничтожение Боров бесполезно для большинства пользователей или даже наносит им ущерб. *Если местное население активно уничтожает именно тот свой кормящий ландшафт, что служил и пока еще служит экологической и ресурсно-хозяйственной основой его жизни, то налицо не только экоцид, но и явно проявляющиеся тенденции массового суицида*.

Симптомы ксенофобии. Однако и эти суицидальные интенции носят вызывающе-хамский характер. Буду выражаться совершенно определенно. Для осуществления группового суицида экоцид (хороцид?), унич-

⁵ По сообщению знатока боров Д.Н. Черных, однако, сводной комплексной работы по Борам нет.

⁶ См. напр. <http://activatica.org/blogs/view/id/1558/title/na-altae-neshchadno-rubyat-unikalnyy-lentochnyy-bor>.

тожение ландшафта, уничтожение сообществ, среды обитания отнюдь не обязателен и абсолютно аморален: не все склонны к суициду, и никакой ландшафт ни принадлежит всецело какой-либо конкретной группе людей и отдельному поколению. Были, есть и будут те сообщества и отдельные лица, кому этот ландшафт жизненно необходим. *Суицидальное уничтожение кормящего ландшафта — тотальная ксенофобия и агрессия.* Признавая право индивидуумов на распоряжение своей жизнью, нельзя признать их право на прямое или косвенное лишение жизни иных индивидов и вообще живых существ. *Уничтожение вмещающего ландшафта — способ лишения жизни, косвенный, а иногда и прямой.* (Так и подмосковные даче-коттеджники уже уничтожили базовую часть среды обитания многих сообществ микроорганизмов, растений, животных и людей, радикально ухудшив качество жизни и здоровья очень многих).

Уникальность. Боры уникальны. *Уникальны те отдельности, объекты, сообщества, в данном случае — места, которые сходны со многими иными местами, причем разными.*

vii комментарий

Таково общее представление об уникальности. Во-первых, боры сходны с сосновыми лесами на песках, во-вторых, с сосняками вообще. В-третьих, с пойменными и вообще долинными ландшафтами — большим букетом характеристик. Далее сравнимости уже более, нежели сходства. В-четвертых, боры сравнимы / соотносимы и отчасти сходны со всеми иными комплексными ландшафтными линеаментами. В-пятых, с экстразональными ландшафтами вообще. Хотя площадь самих боров невелика, совершенно иначе дело обстоит с полем их сравнимости и зоной влияния — оно огромно. Обычная география, *внутренняя география* боров невелика и несложна — но велика и весьма сложна *внешняя география*. Не проста и проблема размера боров в логическом (теоретико-классификационном) смысле. Не входя здесь в методологические тонкости теории классификации, заметно пополнившей логику, отмечу, что объем понятия бывает достаточно нетривиальным. В определенном обобщении объем понятия «ленточные боры» включает и объемы понятий всех тех объектов / мест, с коими боры сходны (и даже сравнимы). Этих объектов много, и они значительны. Тогда *мерой уникальности* объекта можно считать отношение расширенного объема (объема поля сравнимости) с обычным объемом. Простейшей мерой объема географического понятия можно считать его площадь, и тогда мерой

уникальности оказывается соотношение площадей. И что же? Имея площадь в первые тысячи квадратных километров, боры соотносимы с местами площадью как минимум во многие миллионы квадратных километров. Иначе говоря, в определенных — не всех, но существенных — отношениях единица площади бора представляет тысячи единиц. Это можно назвать *масштабом уникальности*.

Иное, смысловое выражение меры этой уникальности — то, что для представления и понимания феномена боров потребовалось много понятий, идей, закономерностей. Это интенсиональная («содержательная») мера уникальности; такое содержание понятия «ленточные боры» очень велико, причем также в двойственном отношении — как содержания самого понятия, так и содержания всего поля сравнимости боров. Еще к уникальности — *понятие с небольшим тривиальным объемом и содержанием одного рода имеет огромный нетривиальный объем и содержание иного рода.*

viii комментарий

Такие места интересны не только как сфера работы в «поле», экспедиции, обычного путешествия — они теоретически, концептуально, умозрительно чрезвычайно содержательны; это сфера путешествия теоретика, на чем и основан данный текст (не все наблюдения и результаты путешествия вошли в текст; не все ассоциативные поля обработаны, не весь концептуальный урожай снят). Высокая *когнитивная аттрактивность* и смысловая насыщенность боров, как и всякого уникального места приводят к творческому применению и порождению новых эвристик и сюжетов.

ix комментарий

Боры — *когнитивное сокровище!* Не стану перечислять всех выделенных концептов и понятий, их десятки, есть и новые. Назову лишь те области, что необходимы для осмысления боров и/или обогащаются их концептуальным прочтением (независимо от того, существуют эти области реально или только декларированы): *общее землеведение, общая география, единая география, теоретическая география, методология географии, теоретическая картография, физико-географическое ландшафтоведение и районирование, культур-ландшафтоведение, когнитивная география, социальная география, историческая география, учение о географическом положении, география населения и расселения, география сельского хозяйства, районистика, общая и географическая лимнология, геоботаника, биогеография, биогеоценология, общая ценология, экология, природоохранное дело, заповедное дело, логика, классиология*

(теория классификации), семиотика, герменевтика, науковедение, методология науки, история, культурология, методология культуры, психология, патопсихология, общественная психология, социология, общее российеведение. Список открыт...

Барнаул – Степной Алтай –
Горный Алтай – Москва
2014–2019

Благодарности:
Д.Н. Черных
(помощь в маршрутах, ценные замечания
по краткой версии работы),
Д.И. Люри (обсуждения).

Комментарии

1 комментарий 1. Географ, ведя полевые исследования, работая «в поле» ищет и исследует такой материал, который нельзя найти нигде иначе. Материал для географического постижения и исследования распределен по всей поверхности Земли. Он не может быть достаточно содержательно и полно представлен лишь коллекциями, базами данных, корпусами карт и снимков etc. Необходим прямой распределенный доступ. Это особенно относится к теоретику, который опирается на неопределенно-широкий массив своего личностного знания, вырашиваемый именно в ходе путешествий. Только это доказывает необходимость путешествий. Путешествие – активное включенное постижение разнобразия ландшафта путем движения в трех сопряженных пространствах: ландшафта, личностном и когнитивном, имеющих общие узловые точки. Путешествие – умозрение ландшафта, географ-путешественник – мыслящий – в – движении сгусток ландшафта.

Для теоретико-географа мир земной поверхности – не склад, свалка или смесь отдельных предметов и мест на пустом, бесформенно-безразличном или враждебном фоне, а сплошная многослойная ткань, целостный закономерный ковер культурных ландшафтов, сопрягающих природные и культурные компоненты. Места – узелки ковра со сложным закономерным рисунком; места осмыслены лишь как детали этого рисунка. Такова исходная предпосылка географии, условие ее осмыслинности, основание предмета. Именно потому ландшафт, яркое и манящее пространство для путешествия и его невозможно постичь без путешествий. Теоретическая география – малая общегеографическая теоретическая дисциплина. Это общегеографическое теоретизирование, в идеале завершающееся предъявлением системы общегеографических принципов и

закономерностей. Подход представляет ландшафт как сплошную физически и семантически территориальную «ткань – сеть – ковер» мест и природных и культурных компонентов.

ii комментарий 2. Ландшафтovedение – это именно его сюжет, его епархия – что-то помалкивает, да и не только оно... Для осмыслиния и разработки подобных сюжетов, фундаментальных по существу – лакуны всё разрастаются, рвут когнитивную ткань (да верно уже порвали) – была необходима комплексная методологическая и теоретическая работа. Она непременно должна была учитывать специфику подхода, предмета и интеллектуального стиля географии в целом как науки и вида деятельности, особенно российской географии и, что не менее важно – саму огромную специфику природного и особенно культурного ландшафта Северной Евразии (советское пространство). Была крайне остра потребность в теоретическом общегеографическом подходе (единственный способ компенсации насилиственного разрыва географии в СССР на физическую и экономическую), позволявшим совместно описывать сами феномены ландшафта и методологически истолковывать знания о них в форме общегеографических концепций. Исходно такова и была теоретическая география в её специфичной российской версии как конструктивная рефлексия ядра классической географии. Как направление и строй мысли эта теоретическая география взросла и развилась из самого смыслового корня географической традиции – ландшафтovedение, районирование, учение о районах и границах, географическом положении, географических картах (районистика и логика районирования, лимология, семантика и типология районов и границ, концептуальная морфология ландшафта etc). От неряшливого эскиза В. Бунге было взято только имя, термин (он встречался и в старой литературе) и программа-минимум. Она полностью реализована: структурно сходное и совместное описание разных слоев ландшафта, поиск изоморфизмов и строгих регулярностей – кроме наязчивой мании математизации (в наших захолустьях ставшей просто арифметизацией). Теоретическая география ландшафта в России – ствол и крона того древа, чьи корни у А. Гумбольдта, К. Риттера, В.В. Докучаева, А. Геттнера. В.П. Семенова-Тян-Шанского с «подвоем» И. Тюнена. Эта теоретическая география учитывала, впитывала и концептуально выражала и специфику природного и культурного материала нашей страны, и специфику ее географической науки. Именно она

начала продуктивно преодолевать разрыв, пробел, конфликт и несоизмеримость физической и экономической половины географии в СССР (во многом и по существу — именно советской географии). Разрыв не преодолен — культурный ландшафт отсутствует в перечне специальностей ВАКа, нет ни одного факультета, кафедры, отдела, сектора, лаборатории...

Но как раз теоретическую географию отечественные географы как сообщество в целом проигнорировали; однако за пределами географии дело обстояло и обстоит совершенно иначе. Ландшафтоведы же и экономико-географы (враждующие кафедры-соседи по 21 этажу Главного здания МГУ на Воробьевых горах в Москве) не просто отвергли теоретическую географию — они ее усердно искореняли десятки лет, травили, выживали и выжили adeptov. При этом присваивали отдельные термины и идеи, применяя их бессылочно, бесстыдно и бессмысленно. Полное вырождение и ограниченно-догматичного природного ландшафтования (Географический факультет МГУ особенно), а сейчас уже и его непродуктивное отбрасывание и очевидное самовыявление полнейшей фиктивности «районной школы советской экономической географии» (там же), если не всей «советской экономической географии» и окончательное отторжение теоретической географии — одновременны. Сказанное не умаляет отдельных достижений ландшафтования в создании картины (и буквально карт) ландшафтов территории СССР, равно и достижения немногих экономико-географов, пребывавших далеко на периферии (А.Н. Ракитникова, Е.Е. Лейзерович).

iii комментарий 3. Для физического пространства и его обобщений известная фундаментальная теорема Э. Нёттер устанавливает четкую связь между типом симметрии и законом сохранения. Было бы важно выяснить, работает ли это для пространства ландшафта, хотя для него еще не выявлены параметры, сохранение которых можно было бы обсуждать. Если бы их удалось обнаружить и связать с симметриями, то тогда мог бы возникнуть важный раздел теоретической географии — строгая теория пространства ландшафта. Но почему-то в т.н. «геофизике ландшафта» упоминания теоремы не упоминается, как и в математической морфологии ландшафта.

iv комментарий 4. Тезис, что разные участки границы одного и того же района, соответствующие разным соседям района могут быть получены разными способами, и сами по себе имеют разный смысл, реальность и выраженность и в этом отношении неравноправны и

даже «несоизмеримы» и т.п. был выдвинут мной как теоретический впервые в ходе цикла обсуждений проблем районирования с К.В. Зворыкиным в начале 1980-х гг. Более того, для районов ранга выше первого снизу (минимального) и такая граница оказывается составной; тогда все границы — составные. Зворыкин, обдумав эту идею, утверждал, что это вполне обычно для реальной практики ландшафтного районирования, хотя это никакого внимания никогда не привлекало и нигде не было отмечено. Он утверждал, что вся реальная методика ландшафтного районирования просто не описана, и сетовал, что подобные «тонкости» (важнейшие моменты) игнорируются. Ситуация не изменилась. (Прото, что реальная техника ландшафтного районирования совершенно не описана, говорил и Ю.К. Ефремов — а воз и ныне там). Давление моих тогдашних сослуживцев по Лаборатории земельных фондов кафедры физической географии СССР Географического факультета МГУ помешало продолжить общение с этим неоднозначным ученым и человеком; «коллеги» полагали подобные разработки опасным и даже вредным уклонением «от работы». Зворыкин явно обладая теоретической жилкой и даже методологическими поползновениями (в географии это редкость), неприлично обрушивался на теоретическую географию и персонально на Б.Б. Родомана. Сам Зворыкин не предпринял никаких усилий, чтобы я мог разрабатывать подобные сюжеты в его же лаборатории.

v комментарий 5. Практически изучая, районируя и картографируя сельское хозяйство и т.н. агропромышленный комплекс на территории СССР в разных масштабах в 1980-е гг. на Географическом факультете МГУ в группе под научным руководством А.Н. Ракитникова я выделял пригородные, некоторые узко-специализированные и горные районы отграничением, а фоновые зональные районы — разграничением. То есть некоторые ареалы выделялись на сравнительно однородном фоне именно по контрасту с ним.

Но сюжеты подобных методологических различий в группе Ракитникова были абсолютно не диспутабельны. Он был ученым, в своей области самым крупным; его крайнюю авторитарность усиливало слабое подобострастное окружение. География сельского хозяйства его маленькой школы была сверхэмпирична и содержательно добротна. Теоретизирование было табуировано, оно рассматривалось как порок, способ уклонения от «настоящей работы»; что ж говорить о методологической рефлексии... Мое предложение изучить формы сельскохозяйственного

районирования, дополняя и проясняя методологию географии сельского хозяйства теоретической географией хорошо воспитанный и обычно вежливый Ракитников резко оборвал, не дослушал... Ракитников и Родоман были хорошо знакомы, и последний высоко ценил и уважал Ракитникова; асимметричные отношения. Увы, можно только сожалеть, ведь в тогдашней географии на территории СССР именно и только изучение и районирование сельского хозяйства было единственным реальным разделом комплексной единой географии, вдобавок располагая самой детальной информационной базой.

Сложилась персональная история географии в СССР иначе (это не синоним «советской географии»), теоретическая география обогатилась бы комплексным видением ландшафта географии сельского хозяйства, а последняя могла бы вырасти в зрелую теоретически дисциплину, соединив линии В.В. Докучаева – И. Тюнена – В.П. Семенова-Тян-Шанского. Отсутствие разработки подобных сюжетов в географии сельского хозяйства в указанном направлении и вообще методологической работы и даже логически и риторически взятного представления и самого подхода и его результатов с уходом из жизни единственного авторитета привел направление в полнейший упадок; оно в сущности исчезло. Уцелевшие функционеры присвоили (вряд ли правомерно) имя и статусные ресурсы направления, но отказались от его дальнейшей разработки и даже перестали использовать сам подход и методики (ценные способами глубокой и детальной проработки материала) — для чего даже выдумали лживую сказку о радикальном изменении сельского хозяйства сразу после распада СССР. Но ведь сельское хозяйство по А.Н. Ракитникову — это способ взаимодействия с природной основой ландшафта для получения определенных продуктов — что же здесь поменялось? На момент написания текста оставался в живых и, кажется, еще в полном рассудке один-единственный человек, долголетний близкий сотрудник Ракитникова, который мог бы внятно изложить «учение Ракитникова», но он не находит этого нужным это сделать...

vi комментарий 6. Меж комплексами (группировками — по степени единства это не целостности уровня сообществ) экономических и географических наук налицо двойная, парная переходная зона — экономическая география и региональная экономика. Эти две сцепленные «дисциплины» (формально-институционально это именно так, содергательный же статус здесь проблематичен) вместе образуют барьерную границу

изолирующего типа, значительное инородное тело между географией и экономикой (и не только); разумеется, «советская экономика» здесь не обсуждается. Существенно и симптоматично, что между этими дисциплинами налицо еще и своя комплексная граница, частью конкурентно-конфликтный барьер (фронт), а частью хиатус — разрыв, незаполненное и притом незамеченное поле. Это именно экотон-3. Как и положено по его специфике, он слабо структурирован, переполнен чужеродными элементами и крайне замусорен; его «продукты» имеют низкий статус в тех системах, которые он разделяет. А реальные связи экономики и географии — довольно слабые — идут помимо и вне этой парной границы. (В иных понятиях эти парные дисциплины — Внутренняя Периферия науки). Именно в случае неконфликтного соседства в экотоне-2, на контактной границе «география – экономика» и должна были появиться концепции экосистемных / геосистемных услуг, природного капитала и т.п. — но ведь ровно ничего подобного... Да и сама бесконечно воспеваемая роль географии (в СССР и России) как моста между естественными и гуманитарными (социальными) дисциплинами фиктивна, если не контрпродуктивна. Аналогична структурно и функционально (по крайней мере в России) и геоэкология. Это и примеры непродуктивных лимогенных систем; пример продуктивной лимогенной системы для науки — математическая лингвистика, для ландшафтного пространства — классический пригород XIX века.

vii комментарий 7. Гражданская война в географии под СССР между ее частями продолжается — и как и та, большая гражданская, она связана большевиками: грубое расчленение единой и комплексной до катастрофы 1917 г. географии (стоявшей отчасти совершенно на мировом уровне, а частью его и задававшей — почвоведение и география почв, комплексное учение о лесе, исследования вечной мерзлоты и территорий, таких как Центральная Азия и Северо-Восток Евразии, «Город и деревня» В.П. Семенова-Тян-Шанского и проч.) и уничтожение ее центральных и связующих разделов. С замещением странными гибридами вроде геоэкологии.

viii комментарий 8. Не разворачивая самой концепции уникальности, укажу на смысл этого понятия. Уникальны именно и только те и такие места (отдельности), которые сходны / сопоставимы / соотносимы с многими несходными (несопоставимыми) между собою

местами, т.е. обладают очень обширными полями сравнимости. И соответственно, с ними соотносимы многие разные места, причем отношение «соотносить с» (отношение сравнимости) не тождественно сходству, а именно — оно антирефлексивно, то есть объект не соотносим с самим собою (но сходен с самим собой) и несимметрично (не обязательна взаимная соотносимость, а вот сходство взаимно). Введенное представление об уникальности порождает череду следствий.

Уникальные образования:

- а) обладают очень значительным содержанием,
- б) имеют сложную богатую форму,
- в) богаты автомодельными симметриями,
- г) очень редки,
- д) культурно, познавательно и отчасти экономически высокоценны,
- е) эстетически привлекательны из-за богатства и чистоты форм,
- ж) играют роль существеннейших компонентов целостных ансамблей,
- з) выполняют функцию незаменимых эталонов в познавательной и практической деятельности,
- к) имеют особый культурный статус даже для природных объектов и особый образ в культуре,
- л) сакрализуемы.

Все атрибуты уникальных мест точно и полностью относятся и к Борам

их комментарий 9. Теория классификации, продуктивно развивающееся с середины 1970-х гг. яркое междисциплинарное направление (В.Л. Кожара дал ему звонкое имя «классиология») формировалось при довольно активном участии географов и в немалой мере на тщательной проработке географического материала, уже частично «отпрепарированного» теоретической географией (районистика и лимнология). Ныне же в концептуальном поле классиологии работает лишь один географ (автор). В общем поле теоретической географии, методологии географии, классиологии и логики разрешено семейство сопряженных традиционно-важных методологических проблем ядра географии. Эксплицировано представление о географическом районировании (и районировании в общем смысле) достаточно ясно и строго, выявлена его логика, отчетливо различено районирование и классификации (в умах и литературе тут по сю пору полная каша, не только несъедобная, но и просто ядовитая), определено место районирования среди упорядочивающе-систематизирующей деятельности, прояснен когнитивный статус

карографических изображений и т.п. Группировка географов (это не оценка, а термин ценологии, учения о сообществах; группировка — антоним сообществу, малосвязанная совокупность индивидов) игнорирует это направление, и по сю пору отказывается различать районирование и классификацию...

х комментарий 10. Всякое место может — а в этом подходе и должно — трактоваться как уникальное. Место — не просто фрагмент земной поверхности, а нечто иное, целостная отдельность, хотя и данная как феномен по-разному в разных подходах и культурных практиках и сообществах; выделяется скорее на основе профессионального личностного знания, лишь дополняемого строгими процедурами. Сама возможность усмотрения уникальности места (и даже просто места) зависит от богатства места содержанием и во многом и зависит (не всецело) от широты и глубины видения и его концептуальных средств. Рассмотрение и указание географического положения — средство различения, растождествления и уникализации мест. В упоминавшейся выше «районной школе» ее реальный основоположник С.В. Бернштейн-Коган считал чуть не центральным выявление уникальных аспектов конкретных хозяйственных ландшафтов.

Библиографический список

1. Бугаев В.А., Косарев Н.Г. Лесное хозяйство ленточных боров Алтайского края. Барнаул: Алтайское книжное изд-во, 1988. 312 с.
2. Каганский В.Л., Родоман Б.Б. Социокультурные функции самодеятельного походного туризма // Науч. пробл. туризма и отдыха. Бюл. науч.-тех. инф-ции. — Сходня: ВНИЛТЭ, 1988, № 2, с. 152–180.
3. Каганский В.Л. Классификация, районирование и картирование семантических пространств. I. Классификация как районирование // Научно-техническая информация, сер. 2, 1991, № 3, с. 1–8.
4. Каганский В.Л. Этюды о границах. I. Ситуация границы и граница // Мир психологии, 1999, № 4 (20), с. 103–116.
5. Каганский В.Л. Ленточные боры равнинного Алтая глазами путешествующего теоретико-географа // Изв. АО РГО. 2017. №2 (45), с. 130–142.
6. Каганский В.Л. Российский Байкал как глобальная культурная проблема // Известия РАН, сер. Географ., 2019 (в печати).
7. Каганский В.Л. Геопоэтика. Лимнология. Лимонавтика (предварительные заметки) // Геопоэтика. М.: 2019 (в печати).
8. Черных Д.В., Золотов Д.В. Пространственная организация ландшафтов бассейна реки Барнаулки. — Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2011. — 205 с.

А.Е. Левинтов

Московский городской университет

УДК 910.913

ГЕОГРАФИЯ ПУТЕШЕСТВИЙ В МОСКОВСКОМ СЕРЕБРЯНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Представлена практика уникального курса «География путешествий» для пока уникального учебного заведения в стране – Московского Серебряного Университета: программа и организация курса, его оснащение, тон (жанр) и результаты. Курс включает в себя не только рассказы о тех или иных странах, регионах, городах, но и базовые знания по истории и современной организации туризма, правила для путешествующих, строй основных понятий, интерактивный обмен опытом и впечатлениями от путешествий, консультации и библиографическую помощь.

Ключевые слова: *туризм, социальный туризм, рекреация, legacy, клуб, Альпы, Калифорния, Святая Земля, Дунай.*

A. Ye. Levintov

Institute Of LLEducation, Moscow City University (MSPU)

GEOGRAPHY OF TRAVELS IN MOSCOW SILVER UNIVERSITY

The practice of the unique “Geography of Travel” course is presented for a unique educational institution in the country - Moscow Silver University: the program and organization of the course, its equipment, tone (genre) and results.

Keywords: *tourism, recreation, legacy, club, Alps, California, Holy Land, Danube.*

В современном мире пенсионеры становятся наиболее активным с точки зрения туризма сегментом общества. При этом пожилые туристы оказались наиболее взыскательными к качеству и разнообразию туристского сервиса и представляют собой коммерчески наиболее привлекательный сектор спроса.

В открывшемся 1 ноября 2017 года Московском Серебряном Университете одними из наиболее популярных программ быстро стали: иностранные языки для путешествий, история и культура Москвы, география путешествий.

Опыт последнего курса, по нашему мнению, может представлять интерес для географов и специалистов по университетскому туристскому образованию, особенно по образованию пожилых людей — одному из наиболее бурно развивающихся в мире и нашей стране направлению развития образовательного сервиса.

© Левинтов А.Е., 2019

Левинтов Александр Евгеньевич,

к. геогр. н., ведущий научный сотрудник, Московского городского университета (МГПУ), г. Москва,
alevintov44@gmail.com

Данный курс имеет модульный характер.

Каждый модуль представляет из себя базовое занятие (4 часа) и цикл из 6–8 лекций, посвящённый тому или иному туристическому региону.

Обычно группа обучающихся составляет 20–30 человек. Однако курс «География путешествий» оказался настолько популярным, что аудитория стабильно составляет более 50 человек.

Базовое занятие

Базовое занятие, общее для всех модулей, начинается со знакомства и выяснения целей курса и ожиданий студентов. Рассказывается также история туризма, возникшего как понятие лишь 200 лет тому назад, в 1818 году. Обсуждаются типы и виды туризма, в самом общем виде его социология и, что очень важно для студентов, даются систематизированные описания «звездности» отелей:

При этом студентам Серебряного университета рекомендуются отели ** и ***, а также в сезон низкого спроса **** и даже *****, так как в этот, наиболее благоприятный для пенсионеров во всех отношениях, период возможны весьма существенные скидки и бонусы.

Таблица 1

Категории (классы) гостиниц

Категория	Инфраструктура	Сервис	Типичная цена (евро)
*	односпальная кровать в общей комнате	все удобства в коридоре	около 10
**	двухспальная постель на двоих, совмещенный санузел, открытый бассейн, парковка, телефон, ТВ	мини-завтрак, лёд	20-30
***	двуспальная или две полутораспальные кровати, совмещенный санузел, телефон, ТВ, wi-fi, минибар, рабочий\обеденный стол, гардероб, крытый бассейн, сауна, ресторан	Брекфаст шведский стол, спа, сауна, массаж, салон красоты	80-100
****	мягкая мебель, сейф, полтора санузла	ресторанный брекфаст, круглосуточный бар,	200-400
*****	апартаменты люкс, две и более спален, дайнинг-рум, два санузла	всё включено	от 600

Таблица 2

Социология туризма

Типы туризма\ социальные группы	Дети и учащиеся	Молодёжь и студенты	Молодые занятые	Пожилые занятые	Старики и пенсионеры	Семьи 2-3 поколений
оздоровление	+	-	-	+	++	+
познавательный	++	++	++	+	++	+
образовательный	++	++	+	-	+	-
рекреация	-	-	++	++	++	-
развлечения	++	++	++	++	+	+
азарт	-	+	++	++	++	+
экстрем	-	++	++	+	-	-
шопинг	-	+	++	++	+	++
игры и приключения	++	++	++	-	-	++
релакс и рест	-	-	+	++	++	++
креативный и эвристический	+	+	++	++	-	-
удиненный	-	-	-	++	++	-
гастрономический	-	-	++	++	++	++
некротуризм	-	-	-	++	++	-
секс-туризм	-	++	++	++	+	-

- отсутствует или социально не значим

+ социально распространён

++ очень востребован

Социология туризма также представляет для серебряных студентов значительный интерес (Таблица 2).

Большое место в водном курсе уделяется понятиям, например, таким:

Поездка, путешествие, экспедиция

Цель любой поездки находится для того, кто пребывает в пункте А, в пункте Б, а потому в поездке мы заинтересованы как можно быстрее преодолеть расстояние между А и Б. В путешествии важен сам путь, поэтому тут

не надо спешить и не надо двигаться по кратчайшим расстояниям. Экспедиция — тематически окрашенное путешествие (геологическая, художественная, кино-, познавательная, исследовательская экспедиции). В корпоративном университете ВИАНСА мы совершали такие экспедиции как «путешествие по бессмертию» (Греция), «путешествие по судьбе» (Швейцария), «путешествие по романтике» (озеро Гарда, Италия). Я совершил пивную экспедицию по Чехии.

Гомологи, аналоги, уникумы

Гомологи — это то, что есть везде. Николай Николаевич Баранский одну из своих лекций начинал так: «На Цейлоне все люди дышат воздухом», потом делал долгую паузу и добавлял: «но географам это неинтересно». География держится на аналогах, на том, что одно можно сравнивать с другим. А гомологами пусть занимаются Макдональдс и Билл Гейтс. Уникумы же — для краеведов и туристов: первые хвалятся тем, что у них есть такое, чего никто не видел, а вторые тем, что все-таки увидели это.

С точки зрения туризма и путешествий гомологи обеспечивают ожидаемую безопасность и комфортность. Аналоги служат некоторым утешением при сравнении со своим местом и его достопримечательностями, уникумы представляют главный интерес и цель путешествий.

Земля, ландшафт, территория, пейзаж

Землей мы обычно называем вновь открытое или неосвоенное пространство: Земля Франца-Иосифа, Огненная Земля, Большемельская тундра. Ландшафт — естественное, природное сочетание компонентов среды, учитывающее или не учитывающее антропогенный фактор. Территория — освоенная и изученная, присвоенная человеком земля. Пейзаж, подобно ландшафту, — сочетание природных и технических компонентов на территории. В пейзаже всегда присутствует человек.

Страна и государство

Страна — понятие географическое и историческое, страна формируется естественным путем и потому границы ее — посмотрите на карты до 1501 года — расплывчаты и неясны. Например, границы России как страны никто не решится провести точно. А государственная граница прочерчена резко и контрастно. Государство — понятие политическое, властное. Одна страна может вмещать в себя два и более государств (например, две Кореи, до 1990 года — две Германии, в Палестине — Израиль и Палестинская Автономия). Одно государство может вмещать в себя две и более страны: все империи, включая римскую, советскую и Великобританию — это конгломерат разных стран, культур, народов и языков.

Непринуждённость атмосферы в аудитории закрепляется интерактивным созданием «Правил для путешествующего». Каждый раз формируется своя конфигурация этих правил, новые формулировки и т.п. Вот пример одного из таких «коллективных сочинений»:

1. Куда едем? (в поисках уникального). Места предполагаемого путешествия надо изучать заранее. Непременно заранее надо

установить маршрут и бюджет путешествия, традиционные, законодательные и денежно-финансовые правила, ограничения и табу

2. Бюджет денег, времени, веса багажа, лекарств и средств безопасности.

3. Необходим богатый набор карт и по маршруту, и по местам пребывания

4. Дневник. Ведение ежедневного дневника обязательно, фото и видеосъемка — по вкусу

5. Самое ценное в путешествии — action crisis, когда все дела срываются, ничего не удается, всё встало... и настает период рефлексии и переосмысливания многих вещей в жизни

6. Путешествие — это коммуникация. Миф о языковом барьере создали интроверты, нелюдимы и просто боязливые люди. Минимальный лексикон должен составлять не менее 20 фраз на местном языке. Никаких языковых барьеров не существует, если вы открыты для коммуникации любыми средствами (мимика, жестикуляция, рисунки и схемы, карты). Любой неформальный контакт есть особая ценность путешествия.

7. Путешествие — не поездка, здесь важна не цель, а сам путь, и чем он медленнее, тем лучше

8. Рынки, кладбища и храмы говорят больше любых музеев

9. Мирополность: прежде всего надо быть миролюбивым и всячески это демонстрировать. Толерантность иногда выглядит как racism и ксенофобия.

10. Кухня и быт. Никогда не надо пренебрегать местной кухней и напитками: возможно, это окажется лучшим в путешествии. Избегать же следует гомологи: макдональдсы, кока-колу и прочий фаст-фуд.

11. Возвращение домой есть шаг развития и фиксация изменения в себе.

12. Путешествие — это не только отдых (релаксация), но и источник вдохновения и творчества (рекреация)

Миссионарской идеей Серебряного университета является то, что здесь, на склоне лет, человеку предоставляется возможность поиска смысла прижитой жизни и выражения этого смысла в виде эссе-legacy своим ближним (внуки) и отдаленным потомкам. В интерпретации к курсу «География путешествий» таким legacy становится эссе «Моё лучшее путешествие в жизни». Обсуждением этого курсового проекта и завершается базовая часть курса.

Всего пока пройдено 4 уникальных и не повторяющихся модуля курса «География путешествий». Практически сразу, на интуитивном уровне, было схвачено: в этой ауди-

тории читать лекции нельзя — тут возможно только рассказывать, беседовать, делиться и взаимно дополнять рассказы и впечатления друг друга. Именно этот доверительный тон рассказов-разговор делает невозможным повторение курса: при повторении невольно и неизбежно теряется искренность тона и очарование единственности каждого мгновения жизни.

Интересно, что весьма популярным стало чтение студентами самодельных стихов на тему путешествия, ведь туризм реально возрождает креативные способности человека и является подлинной рекреацией (именно отсюда, кстати пошла традиция туристических и бардовских песен в нашей стране в 50-е годы, но еще ранее, в средневековой Европе были распространены песни вагабундов — странствующих студентов).

Важно подчеркнуть, что и структурный состав каждого модуля заметно отличается от остальных:

Альпийский регион

- 1 лекция. От лимесов к символике: история, границы и состав Альпийского региона.
- 2 лекция. Природные достопримечательности
- 3 лекция. Культурные достопримечательности
- 4 лекция. Альпийский экстрем. Фильм «История одного бейсера».
- 5 лекция. Нравы, обычаи и традиции, альпийские праздники.
- 6 лекция. Альпийская кухня: блюда и напитки
- 7 лекция. Чтение эссе «Мои путешествия — внуку». Рефлексия курса

По Калифорнии

- 1 лекция. «Юнона и Авось». Золотая лихорадка. Почему Голливуд в Калифорнии. Диснейленд. Вторая мировая. Кремниевая долина. Золотой штат.
- 2 лекция. Национальные парки и монументы
- 3 лекция. Другие природные достопримечательности
- 4 лекция. Сан-Франциско
- 5 лекция. Города Монтерейского полуострова.
- 6 лекция. Нравы и обычаи американцев и калифорнийцев
- 7 лекция. Американская и калифорнийская кухня. Чтение эссе «Мои путешествия — внуку». Рефлексия курса

Святая Земля

- 1 лекция. Маршрут Моисея в Землю Обетованную

▪ 2 лекция. Святая Земля трёх мировых религий

- 3 лекция. Юг и пустыня Негев
- 4 лекция. Мертвое море
- 5 лекция. Озеро Кинерет
- 6 лекция. Побережье Средиземного моря
- 7 лекция. Иерусалим
- 8 лекция. Чтение эссе «Мои путешествия — внуку». Рефлексия курса

По Дунаю

- 1 лекция. Исторические и географические границы Дунайского региона
- 2 лекция. Дельта Дуная
- 3 лекция. Балканский Дунай
- 4 лекция. Австро-венгерский Дунай
- 5 лекция. Верхний Дунай. Рейн-Майн-Дунай
- 6 лекция. Виноградарство и виноделие Дунайского региона. Дунайская кухня. Рефлексия курса и обсуждение студенческих эссе «Моё лучшее путешествие»

Каждый цикл сопровождается и иллюстрируется картами, фотографиями, артефактами, а также слайдами презентаций — до 200 слайдов на тему.

К каждому модулю предлагается небольшой (2–6 источников) список литературы.

Одной из важнейших социальных целей Серебряного Университета является преодоление одиночества, налаживание общения и других социальных связей между пожилыми людьми.

И это — весьма востребованный результат деятельности Серебряного Университета. В ходе учебы, которая длится полтора-два месяца, люди сближаются и, не желая расставаться, формируют самодеятельные клубы: по мотивам курса «История и культура Москвы» — «Москва и москвичи», по мотивам курса «География путешествий» — «Московские путешественники». Они регулярно собираются на свои заседания, чаёвничают, рассказывают о себе, своём городе и своих странствиях, у них формируются библиотеки, ни устраивают пешие и автобусные экскурсии, пробуют себя на поприще гидов и многое другое.

В дальнейшем намечаются курсы путешествий по России: «Поволжье», «В Горном Алтае», «Байкал», «На Северах», а также продолжения путешествий по Зарубежью.

Библиографический список

1. Ресурсы образовательного туризма Российских регионов (отв. редактор О.В. Шульгина) М., МГПУ, 2016, 216 с.
2. Родоман Б.Б. Под открытым небом. М., Российское гуманистическое общество, 2006, 184 с.

О.М. Пахомова

Вятский государственный университет

УДК 910.913

ПУТЕШЕСТВИЕ ПО ИНДИЙСКИМ ГИМАЛАЯМ

Описывается впечатления от путешествий по Индийским Гималаям — от самой северной провинции Ладакх в штате Джамму и Кашмир, через долину Куллу, где находится дом-музей Н.К. Рериха до предгорий Сивалик, со священным городом Ришикеш — мировой столицей йоги. Обращается внимание на географические особенности региона путешествия, даётся оценка природных и культурно-исторических туристских ресурсов. Рассматриваются вопросы планирования и организации самостоятельного путешествия.

Ключевые слова: Индия, Гималаи, Джамму и Кашмир, Ладакх, долина Куллу, Ришикеш, тибетский буддизм, Н.К. Рерих, этнографический туризм, самостоятельные путешествия.

О.М. Pakhomova

Vyatka State University

TRIP TO INDIAN HIMALAYS

The impressions of traveling in the Indian Himalayas — from the most northern province of Ladakh in the state of Jammu and Kashmir, across the Kulu valley, where the house-museum of N.K. Roerich to the foothills of Civalik, with the holy city of Rishikesh — the world capital of yoga. Attention is paid to the geographical features of the travel region, and an assessment of natural, cultural and historical tourist resources is given. The issues of planning and organizing independent travel are considered.

Keywords: India, Himalayas, Jammu and Kashmir, Ladakh, Kullu valley, Rishikesh, Tibetan Buddhism, N.K. Roerich, ethnographic tourism, independent travel.

Индия — страна чудес, страна контрастов, удивительная страна — каких только эпитетов не услышишь. Для многих Индия ассоциируется с йогами и факирами, кокосовыми рощами и длинными песчаными пляжами, с дворцами махараджей и трущобами бедняков, с городами, которым более 5000 лет, с богами, древними эпосами, такими как Рамаяна и Махабхарата, слонами, благовониями, специями и много еще с чем. Бхарата — так сами индузы называют свою страну. Для меня, как для профессионального географа и путешественника, Индия, прежде всего, ассоциировалась с Гималаями и их природой. Этот регион притягивал, и в результате возникла идея путешествия через Гималаи от самых северных аридных районов Ладакха, находящихся на высотах 4000–6000 м до зеленых предгорий Сивалик,

откуда вытекает уже на Индо-Гангскую низменность величественная и священная река Ганга. Именно Ганга, а не Ганг называют эту реку в Индии, по имени богини — Ганги Деви.

Путешествие проходило в 2 этапа — летний (конец августа) и осенний (конец сентября). Было спланировано так, чтобы застать самый теплый сезон в Ладакхе, куда, в отличие от большей части Индостана не доходит южный муссон. А также посетить южные склоны Гималаев, где муссонное время как раз заканчивается к началу сентября, уже не так жарко и влажно. Началось путешествие в Шереметьево, вылетом рейса Аэрофлот Москва — Дели. Время в пути — 6 часов. Это единственный авиаперевозчик, который осуществляет прямые рейсы из России в Индию. Есть другие варианты — через страны Персидского залива или Средней Азии, иногда более дешевые, но и более продолжительные по времени. Прилетели в Дели рано утром в международный аэропорт имени Индиры Ганди, один из самых загруженных аэропортов Южной Азии. Прошли без труда паспортный контроль и далее отправились в другой терминал, из которого

© Пахомова О.М., 2018

Пахомова Ольга Михайловна,

к. геогр. н., доцент кафедры сервиса, туризма и торгового дела,
Вятский государственный университет;

devirashmi@yandex.ru

осуществляют вылеты местные индийские авиакомпании. Нам предстоял следующий перелет до города Лех, находящегося на высоте 3 500 м. Все авиарейсы в Лех осуществляются только в утреннее время до 9 ч утра, т.к. днем в горах из-за изменяющегося атмосферного давления появляются восходящие токи воздуха, что опасно при посадке пассажирских самолетов.

Полет от Дели до Леха — это уже незабываемые впечатления, если сидеть у иллюминатора, т.к. внизу расстилаются величественные Гималаи. Сначала зеленые предгорья, затем снежные пики и гребни, с которых сползают в долины ледники, а затем — сухие горные хребты желто-коричневого цвета, без кусочка зелени — это уже Ладакх. И только при посадке стали видны зеленые участки вдоль долины реки Инд (Индус — так эту реку называют здесь в верховьях). Лех — высокогорный город в штате Джамму и Кашмир, расположенный на высоте около 3524 метра над уровнем моря, столица гималайского княжества Ладакх (до 1842 года). Сейчас это известный туристский центр, центр тибетского буддизма. А область Ладакх так и называют «Малый Тибет», по схожести этнокультурного и религиозного наследия с настоящим Тибетом. Именно здесь сохранились древние монастыри (гомпы) тибетского буддизма, не затронутые новым временем, в отличие от Китая.

Путь от маленького аэропорта, носящего имя религиозного деятеля Кушок Бакула Ринпоче, до отеля занял около 20 минут. Первое что бросается в глаза — величественные серо-охровые склоны Каракорума с севера и большое количество военных баз вдоль дороги. Ввиду длительных многолетних напряженных отношений между Индией и Пакистаном, штат Джамму и Кашмир считается небезопасным для посещения туристами. Но это касается больше его западной части. Восточная же область Ладакх, примыкающая к Китаю — это популярный и вполне спокойный туристский район. И, тем не менее, вооруженные силы здесь наготове. В самом городе этого не видно, военные базы расположены вдоль основных автотрасс. Первый день — адаптационный, необходимо пройти акклиматизацию, чтобы потом благополучно совершать прогулки и длительные переезды. Горная болезнь дает себя знать на этой высоте, а поэтому самые главные рекомендации приезжим — спокойный режим первые дни и обильное питье.

Первое знакомство с Лехом началось неспешной прогулкой по его исторической части. Основные жители города — ладакхцы — малочисленный народ, проживающий в долине Инда, они исповедуют буддизм и очень похожи на тибетцев и непальцев. Ладакхцы приветствуют вас возгласом «Julley!», вместо привычного на большей части Индии — Намасте. Кроме них много приезжих, преимущественно хинду и мусульман из приграничных штатов Пенджаб и Раджастан. В исторической части Леха,

как и во многих других индийских городах, главная улица называется Main Bazar. Это пешеходная улица, вдоль которой расположились многочисленные сувенирные лавки, книжные магазины, магазины туристского снаряжения, экскурсионные бюро, кафе и ресторанчики с национальной кухней. Главная улица Леха реконструировалась в 2015 году и сейчас это уютная прогулочная туристская зона. В теплое время года здесь много европейских туристов, слышна английская, польская, французская речь. Зимой же в Лехе затишье, зима очень морозная, суровая, это область ультраконтинентального климата, закрыты дороги и перевалы. Отличительной особенностью является чистота исторической части Леха, что не характерно для Индии вообще. Возможно, сказывается преобладание буддистов среди жителей города. В городе и его окрестностях расположено множество буддистских храмов и монастырей (ладакхцы их называют «гомпа»), а также есть школа, где обучают юных лам. Нам удалось побывать в некоторых из них.

Монастырь Спитук в северной части города был построен около 550 лет назад, хотя одному из храмов монастыря, посвященному Махакале, более 900 лет. Слово «Спиток» происходит из тибетского языка и означает «образцовый». Это был первый тибетский монастырь в Ладакхе. В Спитук Гомпа есть два древних храма, где хранятся древние тханки, некоторые из них были привезены из Дворца Потала в Лхасе после вторжения китайцев. Монастырь открыт для посещения туристам и паломникам. Мы купили тибетские молитвенные флаги лунг-та и развесили их на возвышении за монастырем на удачное путешествие. В центре флагжа размещается фигура ветра-кона. Четыре угла охраняют мифические животные: орел Гаруда, дракон, тигр и снежный лев. Лунг-та символизируют пространство — основу всего проявленного, тигр символизирует ветер, снежный лев — землю, дракон — воду, а Гаруда — огонь. Посетив монастырь, спускаемся в долину Инда. Именно вдоль Инда сосредоточены основные населенные пункты Ладакха. Долина летом зеленая, поросшая пирамидальными тополями и зарослями облепихи. Очень живописная, и мне как географу открывается вся палитра эрозионных форм рельефа, сформированных водой и силой гравитации.

Второй день нашего пребывания мы посещаем еще один монастырь Басго и школу юных лам. До Басго едем по знаменитому Лех-Манальскому шоссе, встречаем по дороге множество байкеров — это особая категория туристов на трассах Ладакха. Монастырь Басго расположен в 15 км от Леха. Басго Гонпа поражает воображение. Николай Рерих, путешествующий по Ладакху, не обошел монастырь своим вниманием, написав несколько картин, посвященных Басго. Монастырь был построен правителями династии Намгьял в 1680 году. Сам город Басго еще в древних хрониках упоминается как по-

литический и культурный центр государства Намгьялов. Монастырь находится на холме и возвышается над руинами древнего города. Недавно он был отреставрирован. Искусные мастера восстановили фрески с помощью натуральных красителей. Применение традиционных техник рисования дало возможность более точно воссоздать содержание оригинальных фресок. Во второй половине дня едем обратно в Лех. Белые ступы вдоль дорог — характерная черта местных пейзажей. Еще одной особенностью, привлекающей внимание, является множество тибетских монахов, одетых в пурпурные одеяния. Школа юных лам — одно из важных мест для жителей Ладакха. Из самых дальних горных деревень сюда привозят мальчиков, в которых видят потенциал будущего ламы. В школе лам учат языкам — тибетскому и английскому, а также математике, риторике, изучают священные тексты. занимаются в уютных светлых классах, расположившись на полу вокруг учителя. В школе есть отдельная комната, где останавливается во время посещения Леха, Далай-Лама.

Следующая часть нашего маршрута — высокогорная. Мы едем на горные озера Пангонг и Тсо Морири, расположенные вблизи китайской границы. Поездка на озера была похожа на путешествие на другую планету, в другую реальность, настолько фантастические и неземные были по пути пейзажи. Подъем рано утром, до восхода солнца. Машина поднимается по крутым горному серпантину, под нами — высокие обрывы и каменистые россыпи. Видим, что внизу изредка попадаются слетевшие с дороги грузовые машины и стараемся не думать о плохом. Водитель нас подбадривает, уверяет, что машины с туристами ездят только в светлое время суток, это непререкаемый закон. А случаи падения бывают только ночью и крайне редко. Поднимаясь все выше в горы, встречаем восход солнца, которое озаряет окрестные желтые каменистые склоны и оставшиеся далеко внизу зеленые террасы с посевами ячменя — основной зерновой культуры горцев. Мы поднимаемся на перевал Чанг Ла, на высоту 5 360 м. Слово «Ла» означает — перевал, а Ладакх — это страна перевалов, в чем мы убедились в этом путешествии. Высокогорье чувствуется в легком головокружении и замедленных движениях, но привыкаем быстро. Проводим на перевале около получаса, фотографируя потрясающие пейзажи, и спускаемся вниз. Путь до озера Пангонг 225 км, но едем мы около 6 часов. Чтобы проехать к Пангонгу мы заранее оформляли в экскурсионном бюро специальные пропуска — пермиты, которые выдают туристам при посещении приграничных территорий или национальных парков. Пангонг — бессточное соленое озеро, расположенное на высоте 4 334 м. Сквозь прозрачный разряженный воздух открывается незабываемый вид на горный хребет Каракорум. Ландшафт озера удивляет своей неповторимостью. Его воды быстро улавливают по-

году, что стоит над горами. Пасмурное небо преображает озеро в нелюдимый пейзаж. Когда же стоит солнечная погода, цвет вод преображается от ярко-синего небосвода. Отражаясь в чистых водах озера, он приобретает лазурный оттенок, из-за чего Пангонг предстает перед туристами, как озеро сказочного цвета, от которого невозможно оторвать глаз. Инфраструктуры для туристов на озере — минимум — несколько кафе с простым, но сытным ассортиментом и палаточный кемпинг, где можно остановиться на ночь. Населенных пунктов вокруг озера нет. На втором же посещенном нами озере Тсо Морири имеется только небольшой поселок Карзок с одноименным монастырем. Но в последние годы здесь построили гостевой дом с вполне приличным сервисом и горячей водой. Озеро Тсо Морири находится на высоте 4 595 м. Это самое большое высокогорное озеро в трансгималайском регионе в пределах Индии. В район озера летом приводят свои стада яков и овец представители кочевого народа кхампа. Озеро находится как будто в другой реальности, настолько непривычны глазу и прекрасны здесь ландшафты. На озере мы остались на 3 дня, прошли акклиматизацию, т.к. спать на такой высоте в первую ночь было практически невозможно из-за нехватки кислорода. А высматриваясь хотелось и неспешно осмотреть это чудесное место. После Тсо Морири возвращаемся в Лех через высокогорное плато и перевал Такланг Ла (5 300 м). По пути едем через долину гейзеров и еще одно высокогорное озеро Тсо Кар. Всюду аридные высушенные солнцем и морозом каменистые горы с очень скучной растительностью, преимущественно подушковидной и колючей. Геология гор здесь такова, что мы видим всю палитру красок — от ярко-сиреневых и охристо-золотых до бледных серых тонов. Погода очень переменчива — то светит яркое горное солнце, то вдруг внезапно налетает туча и все вокруг покрывается тонким слоем снежной крупы. Прибываем в Лех и понимаем, что здесь уже как на равнине, всего то 3 500 м.

После высокогорья мы отдыхаем в Лехе, вновь наслаждаясь его гостеприимством и вкусной тибетской кухней. Ладакх обладает огромным и интереснейшим природным и культурным потенциалом, особенно для таких видов туризма как фототуризм, треккинги, этнографические туры. Ограничивающим фактором является сезонность. Приехать сюда для комфортного путешествия можно только в теплое время года. После Ладакха у нас запланировано посещения города Ришикеш — мировой столицы йоги и местечка Девагraig, откуда при слиянии рек Алакананды и Бхагиратхи берет начало Ганг. Далее по маршруту — долина Куллу и поселок Нагар, где расположена усадьба Н.К. Рериха.

Мы улетаем в Дели, чтобы снова вылететь в предгорья Гималаев. Внутренний перелет Дели — Дехрадун продолжается 1,5 часа, из аэропорта Дехрадуна

на машине выезжаем в священный город Ришикеш. Свое название он получил от слова «криши» — отшельник, аскет. Свою известность в Европе город получил после приезда группы Битлз в ашрам Махариши. Ришикеш — родина йоги. Именно поэтому на всей его протяженности расположилось огромное число центров по изучению этого вида духовной практики. Город находится у подножия Гималайских гор, на берегу Ганги, воздух здесь прозрачен, а воды Ганги быстрые и чистые изумрудного цвета. На восточной стороне города расположился ашрам Пармат Никетан, где ежегодно в начале марта проходит международный фестиваль йоги. Вечером, на гхатах (ступенях) Пармат Никетана, спускающихся к Ганге, совершаются священные церемонии — арати. В индуизме это огненный ритуал почитания божества, в ходе которого объект поклонения освещается зажёенным светильником. Ришикеш — это полностью вегетарианский город. Здесь много европейских и русских туристов, приезжающих, чтобы пройти обучение йоге у индийских мастеров. В окрестностях Ришикеша много интересного. Мы посетили пещеру мудреца Васиштхи, который обучал царя Раму из Солнечной династии (история древнеиндийского эпоса Рамаяна). А также еще одно удивительное место — Давапраяг, где сливаются два горных потока — спокойная Алакананда и быстрая Бхагиратха, дающие начало Гангу. Здесь всегда много приезжих туристов и паломников. В целом Ришикеш оставил положительные впечатления, здесь чувствовались сила и мудрость, но после буддистского Ладакха здесь значительно грязнее. Отличается и менталитет индусов от жителей высокогорных Гималаев.

После Ришикеша отправляемся в долину Куллу, в высокие Гималаи, штат Химачал Прадеш. Выезжаем в 9 утра и приезжаем в поселок Наггар в час ночи. И это 500 км пути, но пути по горным серпантинам. Останавливаемся на ночь в историческом отеле Naggar Castle, который был построен около 1700 года Раджей Сидх Сингхом и представляет собой пример гималайской архитектуры — стены выложены перемежающимися слоями камня и дерева, что защищает здание от землетрясений. В настоящее время замок превращен в отель.

Утром нам открылись потрясающие виды гималайских гор с заснеженными пиками на горизонте. Сразу встают в памяти картины Н.К. Рериха. Долина Куллу прекрасна, её называют долиной богов, т.к. здесь в каждом селении поклоняются своему божеству — девате. Кроме того, Куллу упоминается в древнеиндийском эпосе Махабхарата. Здесь, в Нагаре, на сравнительно небольшой площади сосредоточено огромное количество древних памятников. Поселок находится среди яблоневых садов и хвойных лесов из пихты и кедра, не знавших ледникового периода. Очень зеленый, тихий, аутентичный. В поселке есть несколько отелей и гостевых домов, т.к. сюда приезжают туристы из

разных стран мира. Во время нашего приезда здесь проходили Рериховские чтения, на улицах и в кафе слышалась русская речь. В доме, где жил Николай Рерих, теперь действует музей-галерея. На первом этаже работает выставка картин художника, на втором этаже воссоздан интерьер его дома. Здесь же находится место захоронения Н.К. Рериха. Рядом с домом, на территории комплекса, находится этнографический музей Урувати, в котором представлены картины Святослава Рериха, а также предметы быта жителей долины Куллу.

В 15 минутах ходьбы вверх от Наггара по каменным ступеням, идущим от дороги, находится храм Кришны — Мурлидхар Мандир (IX-X век). Здесь проводят службы семья потомственных брахминов вот уже много лет. С террасы перед храмом открывается захватывающий вид на долину Куллу. Но больше всего на нас произвела впечатление историческая деревня Румсу, расположенная выше поселка. Это древнее поселение местных жителей, сохраняющих традиционный уклад жизни и натуральное хозяйство. Огромные бревенчатые дома и древние деревянные храмы, покрытые символической резьбой. Женщины здесь, как и прежде носят традиционную для этих мест одежду, в основе которой — шаль из грубой шерстяной ткани, которую закрепляют у правого и левого плеча заколками, соединенными цепочкой, а на поясе куском ткани. На голову повязывают цветной или однотонный платок, стягивая его узлом на затылке. На руках — неизменные браслеты. Ощущение такое — как будто попал на машину времени на много веков назад. Жители деревни очень красивые, спокойные, полны достоинства, это обращает на себя внимание. В долину Куллу можно приехать на машине, а можно совершить перелет Дели — Бхунтар. Туристы, приезжающие сюда организованно, как правило, едут в рамках культурно-этнографических туров. Но такое место — это просто рай для самостоятельных путешественников, поскольку в таких местах хочется задержаться, остановиться и почувствовать всю красоту природы.

Последний отрезок пути — автомобильный пробег Наггар — Шимла — Чандигарх — Дели. Половина пути по горным серпантинам, а начиная от Чандигарха — скоростное шоссе до индийской столицы. Мы это расстояние проехали за 16 часов. Вылет из Дели в Москву — рано утром. Таким образом, мы проехали около 1500 км, большей частью по горным дорогам. Организуя самостоятельное путешествие в Индию, нужно знать много нюансов этой интереснейшей страны Азии. И, прежде всего, это менталитет самих жителей Индии, а также и то, что туристская инфраструктура в индийских городах не соответствует нашим понятиям о такой, какую мы привыкли видеть в городах Европы или на курортах Турции. Здесь все иначе. Самый верный способ узнать — самому отправиться в путешествие.

М.П. Пасюков, П.Н. Пасюков

Сахалинский государственный университет,

Региональная общественная организация «Сахалинская конфедерация экстремальных видов спорта»,

г. Южно-Сахалинск

УДК 910.913

МОРСКОЙ КАЯКИНГ: САХАЛИН – КУРИЛЫ

Морской каякинг — одно из направлений деятельности региональной общественной организации «Сахалинская конфедерация экстремальных видов спорта». Экспедиции проводятся в акватории Охотского и Японского морей, тихоокеанского побережье Курильских островов, реки Амур. Цель экспедиций — изучение туристических ресурсов региона, истории открытия и освоения Дальнего востока, спортивный туризм.

Ключевые слова: Курильские острова, морской каякинг, туристические ресурсы.

M.P. Pasyukov, P.N. Pasyukov

Regional Public organization «Sakhalin Confederation of Extreme Sports»

Sakhalin State University

SEA KAYAKING: SAKHALIN – KURIL ISLANDS

Sea kayaking is one of the areas of activity of the Regional public organization "Sakhalin Confederation of Extreme Sports". Expeditions are carried out in the waters of the Okhotsk and the Japanese seas, the Pacific coast of the Kuril Islands, the Amur River. The purpose of expeditions-study of tourist resources of the region, history of discovery and development of the Far East, sports tourism.

Keywords: Kuril Islands, sea kayaking, tourist resources.

Региональная общественная организация «Сахалинская конфедерация экстремальных видов спорта» получила статус юридического лица 7 июля 2011 года. Первоначально конфедерация была создана как интернет-проект, способствующий помощи в обмене информацией между сахалинскими любителями экстремальных видов спорта. Постепенно по мере роста организации, приходом новых людей, конфедерация перешла к практической деятельности. Организуются различные экспедиции, связанные, прежде всего, с морским каякингом, спелеологией, зимними горно-лыжными походами, альпинизмом.

В активе конфедерации немало интересных спортивных мероприятий. О некоторых из них стоит рассказать *.

© Пасюков М.П., Пасюков П.Н., 2019

Пасюков Максим Петрович,

руководитель региональной общественной организации «Сахалинская конфедерация экстремальных видов спорта»;

maksimpetrovich@list.ru

Пасюков Петр Николаевич,

д.п.н., профессор кафедры физической культуры и спорта ФГБОУ ВПО «Сахалинский государственный университет»;

petr.pasyukov@mail.ru

Геннадий Иванович Невельской — российский адмирал, исследователь Дальнего Востока, основатель города Николаевск-на-Амуре. Доказал, что устье Амура доступно для входа морских судов и что Сахалин — остров. Именно этому человеку, в честь 200-летия со дня его рождения, четверо сахалинцев посвятили свой морской поход, дав ему символичное название «Амурская экспедиция 2013». Амурская экспедиция Невельского исследовала нижнее течение Амура, остров Сахалин, Татарский пролив, побережье Приморья. 14 июля 2013 года четверо сахалинцев: Беляков Григорий, Волосович Данила, Емченко Александр, Пасюков Максим выдвинулись на север. В течение 13 дней участники шли по местам, которые проходил Невельской во время экспедиции. Весь путь был пройден на спортивных морских каяках. Длина маршрута составила 451 км. Длина самого длинного перехода с ма-

* Все отчеты о походах читать <http://raspadok.ru/>; <https://ostrov2049.com/>; YouTube <https://www.youtube.com/channel/UCq9J5fDiLggu6EGBWnWbUUA>; В контакте <https://vk.com/maksteamsakhalin>; Фейсбук <https://www.facebook.com/maksimTeamSakhalin>; Одноклассники <https://ok.ru/profile/560308273300>; Инстаграм https://www.instagram.com/maksim_pasyukov/

терика на Сахалин, в районе острова Байдуко-ва на мыс Головачева — 24 км. По ходу движения были достигнуты мысы Лах и Невельского, пройден пролив Невельского и Амурский лиман. 18 июля участники вошли в устье Амура и по южному фарватеру достигли траверза Николаевска-на-Амуре. Перешли на левый берег Амура. Посетили памятник Геннадию Ивановичу Невельскому.

20-21 июня 2016 года на Сахалине состоялся суточный каяко-марафон. 24 часа потребовалось сахалинцу Пасюкову Максиму, чтобы пройти 145 км на морском каяке. Маршрут пролегал вдоль восточного побережья Сахалина от озера Тунайча и на север до посёлка Взморье. Путь проходил мимо Лесного, Бахуры, Остромысовки, Стародубского, Фирсово. Старт был дан 20 июня в 7.20 утра. Финишировано через 24 часа утром следующего дня. Первые три часа южный ветер, помогавший двигаться вперёд, затем слабый встречный до самой ночи.

Из дневника путешественника: «С погодой повезло. Солнце. Слабый ветер. Не более 3–5 м/с. Хотя боковая волна и мешала поддерживать высокую скорость, постоянно сбивая с курса, но, тем не менее, удалось показать неплохой результат в 145 км, что на 26 км больше прошлого достижения. Самым трудным в марафоне, как и ожидалось, оказался ночной отрезок. После часу ночи луна скрылась в облаках, не видно не зги. Лишь слабые очертания берега по левую руку. К северу от Найбы сильный прибой, волна была рваная, и ломалась на приличном расстоянии от берега. В итоге, два киля. То, что днём ты даже не замечаешь, ночью превратилось в адскую работёнку. Уже после 16 часов непрерывной гребли мозг выключается, и в темноте становится трудно делать даже элементарные технические движения. Наверное, если бы не два ночных киля, не боковая волна, и отсутствие рваного ветра можно было бы и увеличить результат. Да и готовится к таким «заплыкам» нужно более основательнее. Уже есть план подготовки к марафону на следующий год, надеюсь планка в 145 километров не предел. Хотя говорить здесь о рекордах приходится с большой оговоркой. Результат очень погодозависим. Попутное течение, ветер в спину могут значительно облегчить путь, или наоборот замедлить при встречном движении ветра и течения, поэтому во время марафона стараюсь свести погодные условия до минимума».

Желающих отправиться в такое путешествие пока немного. Пасюков Максим очередной раз ходил в одиночку. Возможно, со временем, с ростом популярности морского каякинга на Сахалине появится больше желающих. Ведь

подобные марафоны проводятся во многих видах спорта: бег, вело- и лыжные марафоны. Морской каякинг — это замечательный вид спорта, и отличный выбор для 24-х часовой гонки. Условия все есть, море со всех сторон.

В июле – августе 2016 года сахалинские туристы вернулись из морского похода по Хабаровскому краю. Участники похода: Каменецкая Екатерина, Емченко Александр, Беляков Григорий, Волосович Данил, Пасюков Максим. Было пройдено 1002 км на морских байдарках за 23 дня. Старт был в морском порту Ванино (Хабаровский край), финиш в порту Москальво (Сахалин). Логистика оказалась не так трудна. Началось всё с перевозки на Ванино

Из дневника путешественника: «Добились вместе с байдарками на пароме. Переночевали в гостинице, и уже на следующее утро сидели в лодках. Скорость была запредельной, пейзажи сменялись как в калейдоскопе. Выходит огромный мыс на передний план, чтобы уже через короткое время исчезнуть позади. Огромные скалы, бесчисленные кекуры, прибрежные озёра, красивейшие мысы. Особенно красив участок побережья от Ванино до Де-Кастри. Весь маршрут, от начала до конца, — это отличная возможность совместить физический нагрузку с душевным отдыхом на фоне просто фантастически красивых природных видов. Там всё гораздо красивее, чем на фотографиях. Три раза пересекали Татарский пролив. Самый большой переход через пролив был длиною в 22 километра.

В общей сложности, в этом удивительном водном мире мы провели 23 дня. Зашли в Амур, прогулялись вверх по течению на 100 км. Весь маршрут — это путь пронизанный историей освоения Дальнего Востока, Приамурья и Сахалина. Порты Ванино, Де-Кастри, Амур, Петровская Коса, Залив Счастья, острова Чкалова, Белякова и Байдуко-ва — лишь краткий перечень того огромного количества мест, к истории которых нам посчастливилось прикоснуться. Погода была самая разная. Да и встретила не радостно. Первые две недели лишь изредка выглядывало солнце, дождь лил с завидной регулярностью — на завтрак, обед и ужин. Но чем выше мы забирались на север по лиману, тем ярче становились краски, и дождь в итоге отступил, подарив нам в заливе Счастья поистине солнечные летние дни».

И далее: «1000 км на морских байдарках — так много мы раньше не ходили, удалось прыгнуть выше головы. Не слышали и не о чём подобном и в истории современного русского морского каякинга. Возможно, советские туристы ходили подобными маршрутами

тами, но в интернете мы подобной информации не нашли. Рады, что сумасшедшая идея смогла осуществиться.

График жёсткий. Подъём в 7.00 утра, по выходным в 6.00. В 9.00 ты уже в байдарке с веслом. Ну а дальше гребля до шести-восьми вечера. Высыпаться приходилось с большим натягом. Первые половина пути на домашних жировых запасах, ну а далее на волевых. Часто садились в лодку на рассвете, и вылезали на закате. Ничего, постепенно привыкли, и в конце похода, даже умудрялись ходить на байдарках ночью. 20 мозолей на одной руке — это считалось нормой. Могу точно сказать — это было сложно, но, наверное, благодаря опыту, физическая усталость уже давно отходит на второй план. Всё сложилось как нельзя лучше, потрясающая команда людей, влюблённых в своё дело.

В августе 2017 года, в период с 3 по 15 августа, состоялся морской поход сахалинских морских каякеров на Курильские острова. Всего в обходе Малой Курильской гряды приняли участие 13 туристов. Малая Курильская гряда — группа островов в Тихом океане, входящая в Курильские острова. От Большой Курильской гряды отделена Южно-Курильским проливом. Протяжённость — около 100 км. Общая площадь — 360,85 км². Включает в больших и ряд мелких островов.

Уникальные места и не менее уникальная нитка маршрута. Туристы прошли технически интересный и красивый маршрут. Острова Шикотан, Полонского, Зелёный, Танфильева, Анучина, Юрий, Дёмина, Осколки. Дважды пересекли проливы Шпамберга, Полонского и Танфильева. Максимальные переходы через проливы между островами по океану достигали 23 км.

Четвертым участникам похода удалось добраться до маяка Сигнальный. Расположен он

в Советском проливе Тихого океана в составе Малой Курильской гряды, между островами Хоккайдо (3,7 км от Сигнального) и Танфильева (4 км). Это ближайшая к японской границе постройка, расположенная на Российской территории. Всего 12 дней и 280 км. пути. Погода от полного штиля до шторма.

Участники похода: Максим Пасюков, Евгений Коновалов, Дмитрий Загородний, Александр Емченко, Григорий Беляков, Данил Волосович, Максим Шерстобитов, Денис Давыдкин, Сергей Смирнов, Дмитрий Рожнов, Константин Картыжев, Виктор Иваницкий, Александр Романов.

Из дневника путешественника: «Ещё 7–8 лет назад о таком походе мы и мечтать не могли: японская граница, Тихий океан, пересечение проливов. Сейчас же, благодаря опыту и накопленным знаниям, маршрут показался абсолютно несложным. Несмотря на шторм, закрывший нас на острове Айвазовского на 3 дня, на оверкили и густой туман, на толчей с высокими волнами на переходах, на попытку уйти от непогоды на островах, что вылилось в длинные переходы (более 50 км) ежедневно с третьего по шестой дни похода. Малая Курильская гряда — это однозначно неоценимый опыт, новое понимание, что есть Тихий океан. В походе также принимал участие парусный катамаран «Певек».

Изюминка этого маршрута — остров Шикотан. Самый крупный остров Малой Курильской гряды. Самые известные места острова — бухты Дельфин, Церковная, Демитрова и мыс Край Света. Здесь на острове в советское время в начале 70-х проходили съёмки фильма «Робинзон Крузо» с Леонидом Куравлёвым в главной роли.

Вот такая экзотика, присоединяйтесь и добро пожаловать в Сахалинский морской каякинг.

**Дорогие коллеги!
Приглашаем вас к публикации
в научном рецензируемом журнале
«ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ»**

С 2005 года кафедра туризма географического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета издает сборник научных трудов «География и туризм». В 2016 г. издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, с 2018 года является периодическим научно-практическим журналом, рецензируемым РИНЦ.

Для публикации в журнале принимаются статьи по следующим направлениям:

1. Теория и практика туризма. Туристское проектирование
2. Современные тенденции в международном сервисе и туризме
3. Сервис и туризм: региональное экономическое развитие
4. Экология и туризм
5. Оценка туристского потенциала и туристское районирование
6. Культурная география
7. Экскурсионный практикум
8. «Путешествие географа»: очерки и эссе

Рекомендации по оформлению материалов:

Объем статьи (включая текст, рисунки, таблицы, библиографический список) не должен превышать 14 страниц, формат Word, размер шрифта — кегль 12, интервал — 1,5, поля — по 1 см., максимум 2 рисунка, 2 таблицы. К статье прилагается развернутая аннотация, которая отражает суть исследования и ключевые слова на русском и английском языках, а также информация об авторах (ФИО полностью, ученая степень, звание, должность, место работы, на русском и английском языках, контактный телефон, почтовый адрес и e-mail).

Журнал зарегистрирован как печатное издание, распространяется по профильным кафедрам вузов России и ближнего зарубежья. Гонорары авторам не выплачиваются.

Материалы принимаются два раза в год: до 15 марта и до 15 сентября текущего года в электронном виде по e-mail: firssowa@mail.ru и turizm@psu.ru Фирсовой Анастасии Владимировне.

За дополнительной информацией, а также по вопросам приобретения журнала можно обращаться по телефону (342) **239-66-01** или **614990**, Россия, Пермь, ул. Букирева, 15, Пермский государственный национальный исследовательский университет, географический факультет, кафедра туризма.

**Коллектив кафедры туризма
географического факультета
Пермского государственного национального
исследовательского университета
открыт для сотрудничества и общения!**

Научное издание

ГЕОГРАФИЯ И ТУРИЗМ
Geography and Tourism

научный рецензируемый журнал

Выпуск 1/2019

Корректор А.В. Фирсова
Компьютерная верстка В.В. Сидоров

Адрес учредителя, издателя:
614990, Пермский край, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15.
Пермский государственный
национальный исследовательский университет.

Адрес редакции:
614990, Пермский край, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15.
Географический факультет
Тел.: (342) 2-396-601;
e-mail: *turizm@psu.ru; firssowa@mail.ru*

Издательский центр
Пермского государственного
национального исследовательского университета.
Адрес: г. Пермь, ул. Букирева, 15

Отпечатано в ООО «Литера»
г. Соликамск, Соликамское шоссе, 17.

Цена свободная

Подписано в печать 24.07.2019
Выход в свет: 12.08.2019
Формат 60x84/8. Усл. печ. л. 27,43
Тираж 250 экз. Заказ 1463.

ТЕНДЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Журнал «География и туризм» публикует научные статьи туристско-рекреационной тематики, исследования в сфере сервиса и маркетинга турпродуктов, работы по краеведению и экскурсоведению, эссе о путешествиях географов.

В настоящий выпуск журнала включены материалы представителей академической науки, преподавателей, магистрантов и студентов, а также специалистов бизнес среды из городов Вологда, Киров, Москва, Саранск, Саратов, Пермь, Кунгур, Южно-Сахалинск, Ярославль.

В статьях рассмотрены вопросы теории и практики туризма, развитие различных видов туризма в отдельных регионах и муниципалитетах, тенденции в сфере сервиса и гостеприимства, технологии создания событий, подходы к проектированию маршрутов активного туризма. Ряд статей предлагает инновационные методы изучения пространственной организации туризма с помощью ГИС-технологий, аналитики больших данных, анализа образно-географического восприятия территорий

Журнал будет интересен тем, кто занимается проблемами туризма и сервиса в России и мире.

